



اكدت الدراسات ما للمشاعر من دور وأثر في التعزيز للذاكرة، وتحفيز الدماغ للتعلم، وفي غرس القيم. وسبق أن بينا في العديد مما أطلقناه من مؤلفات أن القيم قابلة للبرمجة الدماغية والقلبية فالامتثال السلوكي حال تم برمجتها وفق مسار تتعدد فيه الطبقات، وقد أشرنا إلى أربع وعشربن طبقة، وفي هذا الكتاب نستعرض لطبقة المشاعر وأهميتها في غرس القيم.

زهير منصور المزيدي
خالد المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
Arab institution for social values
Zuhair Almazeedi
00965-99290092(M)
www.ZUMORD.net
www.qeam.org

بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

❖ التصويب اللغوي: هنا توفيق شعبان

تقديم

سبق أن أطلقنا مصطلح "البرمجة الطبقية للقيم"، في عملية غرس القيم التي أفردنا لها برنامجا تدريبيا ودبلوما جامعيا وهو ما اعتمد أسلوب "البرمجة" من أجل غرس القيمة، فمع تعدد طبقات البرمجة للقيمة الواحدة تعلو الاستثارة الدماغية لصالح عمليات الغرس، ويزيد الأثر بتعدد طبقات البرمجة، وهو ما يتم تارة عبر تفعيل الحواس بما تبصره من ألوان أو ما تشتمه من الروائح على سبيل المثال، وتارة عبر تفعيل فصي الدماغ، أو عبر تفعيل المخيلة بقصة، وهكذا، حيث يكمن سر الانجذاب للقيمة محل الغرس بعدد مقادير، وأزمنة، وبيئات متفاوتة، ليصل الجسد بكليته لمرحلة الاستثارة الشاملة بالعقل والقلب والحواس والجسد، وذلك عبر مزيج من الطبقات البرمجية، فنحن لا نعمد لعملية الغرس المباشرة، بل نعمد لمسار البرمجة غير المباشرة كأولوية للقيمة كي نتأكد من أن الغرس قد تم بالفعل ثم نلجأ بعد ذلك للأساليب التقليدية المباشرة، لأنّ الغرس إن لم تسبقه عملية تهيئة تُنبذ القيمة بعد حين، وهو المسار الذي ينعكس بعد ذلك على السلوك، وسبق أن استعرضنا عبر أسلوب "البرمجة الطبقية للقيم" لأربع وعشرون طبقة في كتابنا "البرمجة الطبقية للقيم" وفي هذا المبحث الذي خصصناه لطبقة المشاعر، سنستعرض فيه للعديد من القضايا مثل:

- ما العوامل التي تؤثر في تشكل المشاعر؟
- هل العقل له قدرة التحكم بالمشاعر؟
- علاقة الحواس بدرجة استثارة المشاعر.
- درجة تركيز المؤثر ومداه الزمني في التأثير على المشاعر.
- التحكم بالحد والتوجيه للمشاعر.
- المشاعر السيئة وأسلوب تحاشيها.
- القرآن والدين الإسلامي والمشاعر.

الفصل الأول

تعريف المشاعر

أنتجت العديد من التخصـــصـــات العلمية المختلفة أعمالا حول المشـــاعر، فالعلوم الإنسانية تدرس دور المشاعر في العمليات العقلية والاضطرابات والآليات العصبية، ففي الطب النفســـي، يتم فحص المشـــاعر كجزء من دراســـة التخصـــص وعلاج الاضـطرابات العقلية عند البشـر، ويدرس التمريض المشـاعر كجزء من نهجها في توفير الرعاية الصــحية الشــاملة للبشــر، ويفحص علم النفس المشـــاعر من منظور علمي من خلال تعامله مع المشاعر كعمليات وسلوكيات عقلية، وفي علم الأعصاب ، بفرعيه الاجتماعي والوجداني تدرس الأليات العصــبية للمشـــاعر من خلال الدمج بين علم الأعصاب والدراسات النفسية للشخصية وما ينبثق عنها من مشاعر مرتبطة بالمزاج، وفي اللغويات، قد يتغير التعبير عن المشـاعر في معنى الأصـوات، أما في التعليم، يتم فحص دور المشاعر فيما يتعلق بالتّعلّم.
أما العلوم الاجتماعية غالبا ما تدرس المشـــاعر من حيث الدور الذي تلعبه في الثقافة البشــرية والتفاعلات الاجتماعية، وفي علم الاجتماع، يتم فحص المشـــاعر من حيث الدور الذي تلعبه في المجتمع الإنســـاني، والأنماط الاجتماعية، والتفاعلات والثقافة، وفي الأنثروبولوجيا -علم دراســـة الإنســـان - يســـتخدم الباحثون تحليلات ســـياقية ومقارنات بين الثقافات لمجموعة من الأنشــطة البشــرية، وفي الاقتصـــاد يتم تحليل المشـــاعر في بعض الحقول الفرعية للاقتصـــاد الجزئي من أجل تقييم دور المشـــاعر في اتخاذ قرارات الشـــراء وإدراك المخاطر. وفي علم الجريمة، يعتمد العلماء غالبا على العلوم السـلوكية وعلم الاجتماع وعلم النفس، ويتم فحص المشـــاعر في قضـــايا علم الجريمة من خلال نظريات متعلقة بالجريمة، مثل نظرية الشـــذوذ والســـلوك العدواني والشـغب. أما في القانون والذي يدعم الطاعة المدنية والسـياسـة والاقتصـاد في المجتمع، فإنه يستخدم مشاعر الناس كأدلة، وكثيرا ما أثيرت في قانون الأضرار ، مطالبات التعويض عن الإساءات التي ألحقت بمشاعر الناس ، كما أثيرت العديد من الأدلة المتعلقة بالمشاعر في ملاحقات قضائية جنائية ضد منتهكي القانون كدليل على حالة المدعى عليه أثناء المحاكمات

وإصدار الأحكام كجلسات الإفراج المشروط عن المتهمين بناء على الأدلة المتعلقة بالأثر النفسي على مشاعرهم. وفي العلوم السياسية، يتم فحص المشاعر في عدد من المجالات الفرعية، مثل تحليل عملية صنع القرار للناخبين.

وفي الفلســـفة، تدرس المشـــاعر في الحقول الفرعية مثل الأخلاق. أما في التاريخ فيدرس العلماء الوثائق والمصـــادر الأخرى لتفســـير وتحليل الأنشـــطة الســـابقة؛ والتكهنات حول الحالة الشـــعورية لمؤلفي الوثائق التاريخية وهي واحدة من أدوات التفسير. في الأدب وصنع الأفلام، يمثل التعبير عن المشاعر حجر الزاوية في أنواع عديدة منه كالدراما والميلودراما والرومانسية. في دراسات الاتصال، يدرس العلماء الدور الذي تلعبه المشـاعر في نشـر الأفكار والرسـائل. وتتم دراسـة المشـاعر في الحيوانات في علم الســلوك، وهو فرع من علم الحيوان الذي يركز على الدراســة العلمية للسلوك الحيواني. (1)

فالمشاعر إجمالا هي حالات من الشعور الذي يؤدي إلى التغيرات الجسدية والنفسية التي تؤثر في الســلوك، وترتبط المشـــاعر فســيولوجيا ارتباطًا وثيقًا بإثارة الجهاز العصبي مع اختلاف حالات وقوة الإثارة المرتبطة بعواطف معينة.

ولا يوجد إجماع بين العلماء على تعريف المشـــاعر، وغالبا ما تتشـــابك العاطفة مع الحالة النفسية، والمزاج، والشخصية، والتوجه، والدافعية.

في العصـر الذهبي الإسـلامي، نظّر الموسـوعي ابن سـينا عن تأثير المشـاعر على الصـحة والسـلوكيات، مما يشـير إلى الحاجة إلى إدارة المشـاعر. ورأت الفلسـفة الغربية المشاعر بطرق مختلفة. (1)

وإدارة المشـــاعر هي القدرة على إدراك المشـــاعر الذاتية – وأحيانًا فهم مشـــاعر الآخرين-، وتقبلها والسـيطرة عليها بنجاح، ويمكن تعريف إدارة المشـاعر بأن تقود مشاعرك بدلا من أن تقودك هي.

تعريف ضبط النفس العاطفي

ضبط النفس العاطفي Emotional self-control هو القدرة على إدارة العواطف المزعجـة والاســـتمرار في الحيـاة بفـاعليـة، حتى في المواقف العصـــيبـة. ومن المهم ملاحظـة أن كلمتي "ضـــبط" و"إدارة "تختلفـان عن قمع العواطف

والمشاعر، فنحن نحتاج إلى المشاعر الإيجابية لنزدهر، ولكننا نحتاج أيضًا إلى تقبل وتفهم المشاعر الصعبة لأنها جزء من الحياة، وإذا أدرناها بشكل جيد فإنها تساعدنا على النمو (2)

للمشاعر سمات فهي قابلة للتغليف، ولها قدرة على التلوّن بالبيئة المحيطة، وتكون مفعمة بالطاقة، وتوفر إمكانية التحكم فيها والقابلة للتوجيه عبر اشارات، والقابلة للتمثل بالرمزية.

وقد أكد علماء النفس عبر التجارب التي أجروها حول المشاعر عن الدور الهام للمشاعر في بناء الصحة النفسية والارتقاء بالأداء العام للأفراد والمجاميع، وبعلاقتها في تعزيز القدرة على التذكر وتحسين عمليات التعلم، وفيما يلي بيان يلخص ما توصل اليه العلماء في ذلك:

أولا: مراعاة الشكل

مراعاة اللباس وشكل المرسل (4) وعلاقة ذلك في عملية غرس القيم:

فقد تناول علماء النفس المحفزات البارزة عاطفياً حيث إنها تعتبر أكثر فاعلية في جذب الانتباه والمشاركة، وتبين أنه حتى في ظل ظروف العرض المقنع، فإن الوجوه الخائفة تثير نشاطًا أقوى للوزة المخية من الوجوه المحايدة. بالإضافة إلى ذلك، في الدراسة التي أجراها Vuil-leumier وزملاؤه (2001)، كانت درجة تنشيط اللوزة أثناء تجارب الوجه المخيفة مستقلة عن الانتباه المكاني. تشير هذه النتائج إلى أن معالجة المعلومات العاطفية (السلبية بشكل خاص) تتم بشكل تلقائي بمعنى أنها لا تتطلب وعيًا، وتتميز بكفاءة عالية مع معالجة مخصصة وذات أولوية في الدماغ، وهي، في المراحل المبكرة، مستقلة عن موارد الانتباه.

وقد جاء عن رسولنا الكريم في الحديث الشريف (إذا بعَثْتُم رسولًا فابعَثوه حَسَنَ الوجهِ حَسَنَ الِاسْمِ) (3)

ثانيا: رد فعل العاطفة

العواطف (5) هي عبارة عن ردود فعل ممكن أن تكون ردود الفعل هذه فسيولوجية أو معرفية أو حركية، حيث تتميز بعض المشاعر، مثل الخوف والقلق، بقوة بالاستجابة الفسيولوجية. أما المشاعر الأخرى فلها عنصر إدراكي أقوى، مثل الشعور بالذنب. والعواطف هي استجابات تثيرها المنبهات. ويمكن أن تكون هذه المحفزات بسيطة، مثل وجود عطر معين، أو يمكن أن تكون أكثر تعقيدًا، مثل الوضع الاجتماعي.

ثالثا: الاثراء العاطفي

تصبح الحياة العاطفية للطفل أكثر ثراءً وتمايزًا (5)، وعند بلوغ سن الرشد، ستصل إلى مستويات من التعقيد لا تتطابق بأي حال من الأحوال مع بساطة المجموعة المحدودة من ردود الفعل الفطرية التي يعبر عنها الوليد.

رابعا: مدى غنى أساليب تقديم المعلومة

لقد انقسم العلماء في تعريفهم للمشاعر إلى مجاميع، فمنهم من يراها عبر منظور الحلقات (أي ظواهر لها بداية ونهاية) وليست حالات دائمة، وعلى الرغم من اختلاف هذه النوبات من حيث المدة، إلا أنها عادة ما تكون قصيرة العمر.

المجموعة الثانية ترى أن العواطف تتكون من مكونات متعددة، تتضمن مكونًا معرفيًا، ومكونًا تحفيزيًا، وجسديًا، ومركبًا، وآخر شخصيًا. تم ربط المكونات (أو أجزاء منها) بالوظائف. يتكون المكون المعرفي من عملية تقييم، وتتمثل وظيفتها في تقييم آثار المحفزات على الرفاهية، ويتكون المكون التحفيزي من ميول العمل (على سبيل المثال، لزيادة الترابط) وأشكال أخرى من الاستعداد للعمل (مثل السلبية). ويتكون المكون الجسدي من النشاط الفسيولوجي، سواء (في الدماغ) أو المحيط (خارج الدماغ). والمكونات التحفيزية والجسدية لها وظيفة لإعداد ودعم السلوك. في الواقع، يدعم الجزء المركزي من المكون الجسدي جميع المكونات. ويتكون المكون الحركي من تعبيرات الوجه والصوت والسلوك الجسيم (على سبيل المثال، الهروب والقتال والإصلاح) وله وظيفة تنفيذ السلوك. أخيرًا، يتكون المكون الشخصي من الخبرة أو المشاعر، وقد تم منحه وظيفة مراقبة (ووظائف أخرى مرتبطة بالوعي).

ويختلف علماء النظرية في عدد المكونات، وفي ماهية أو أجزاء المكونات التي يحتاجون وجودها وما إذا كانت بحاجة إلى المزامنة، من أجل التحدث عن عاطفة ما. أضاف بعض العلماء عمليات معرفية أخرى بالإضافة إلى التقييم، مثل التغييرات في الانتباه والذاكرة، وتصنيف المشاعر. ويعمل وجود مكونات معينة على تمييز المشاعر عن الظواهر الأخرى، مثل المواقف أو التفضيلات (يقال إنها تفتقر إلى المكونات الجسدية والحركية) وردود الفعل (يقال إنها تفتقر إلى المكون المعرفي).

تتضمن المجموعة الثالثة من المعايير محتوى أو خصائص مكونات معينة. وقد جادل منظروا التقييم بأن المشاعر تحدث عندما يتم تقييم المنبهات على أنها ذات صلة بالهدف، (متطابقة مع الهدف أو غير متطابقة)، (ايجابية أو سلبية)، (مبتكرة أو عاجلة). جادل بعض المنظرين بأن عنصر المشاعر في المشاعر يجب أن يكون له تكافؤ إيجابي أو سلبي (باستثناء المفاجأة والاهتمام من مجموعة المشاعر). وجادل آخرون بأن ميول الفعل في العواطف لها الأسبقية: فهي تطالب بالأولوية على ميول الفعل الأخرى. هناك اتجاه رابع اقترحه شيرير وهو أن العواطف تتميز بدرجة عالية من التكامل والتزامن بين جميع المكونات. المعيار الخامس الذي أكده الفلاسفة هو أن المشاعر لها خاصية القصد (بالمعنى الفلسفي للمصطلح). هذا يعني أنهم موجهون نحو شيء يتجاوز أنفسهم، وأن لديهم شيئًا (على سبيل المثال، الغضب من شخص ما، أو الخوف من شيء ما). يميز هذا المعيار المشاعر عن الأحاسيس الجسدية البحتة (على سبيل المثال، الألآم) التي لا تتعلق بشيء ما.

وهو ما يعني بأهمية اغناء أساليب تقديم المعلومة للنشء باعتبار هذه المعايير من اجل تأمين القيم محل الغرس.

خامسا: سلالم العلاقات

في غرس القيم (6) نجد أن المنظرون جعلوا العاطفة أنواعًا مختلفة من العلاقات بين التقييم والعاطفة أو المكونات الأخرى للعاطفة. لقد جادلوا بأن التقييم (1) هو أحد مكونات العاطفة (العلاقة الجزئية-الكلية)

(2) هو سبب المكونات الأخرى (العلاقة السببية)

(3) جزء من محتوى مكون الشعور

(4) نتيجة للمكونات الأخرى (العلاقة السببية)

(5) تحدث بشكل مؤقت مع المكونات الأخرى (علاقة التواصل)

(6) جزء من معنى تسميات المشاعر (العلاقة المفاهيمية).

سادسا: تلقي المشاعر

ان يدرك المرشد (6) من ان ما يبثه من مشاعر قد يدركه المستقبل فيقيمه على أكثر من طبقة، فقد لفت العديد من العلماء الانتباه إلى حقيقة أن التقييم والعاطفة مرتبطان من الناحية المفاهيمية. فالإدراك والتقييم هو جزء من معنى تسميات المشاعر العامية. على سبيل المثال، الخطر جزء من الخوف، والخسارة جزء من الحزن، وإمكانات المواجهة العالية والفاعلية الأخرى جزء من الغضب. بمجرد أن يقيم الشخص علاقة بين مفهومين، يصبح نوعًا من المعرفة. قد يتم تنشيط هذه المعرفة أو لا يتم تنشيطها خلال حلقة عاطفية، وقد يكون لها تأثير أو لا يكون لها تأثير على المكونات الأخرى. يمكن أيضًا تنشيط هذه المعرفة خارج حلقة العاطفة. قد تنبع العلاقة المفاهيمية بين التقييم والعاطفة في الأصل من أي من العلاقات بين التقييم والعاطفة الموصوفة أعلاه (التواجد الجزئي، والسببي، والزمني)، ولكن قد يكون لها أيضًا مصادر أخرى (على سبيل المثال، النقل الثقافي، المخططات النمطية). ومن ثم، فإن المعرفة حول التقييمات والعواطف قد تعكس التواجد الفعلي للتقييمات والعواطف في وقت ما أو قد تعكس حدوث مشترك متخيل. مثل العلاقات الأخرى الموصوفة أعلاه، يمكن اعتبار العلاقة التصورية بين التقييم والعاطفة ضرورية أو نمطية أو عرضية (باركنسون، 1997). ونستعرض هنا نماذج عن ذلك:

المشاعر	وفق قيم "مولار"	العوامل + القيم
تخمين - تقييم	أخطار خسارة ويصعب التعويض تحقير وذل لجنحة	مدى تطابق الهدف مدى فرص التأقلم (عالية\منخفضة) الواسطة (الذات – آخرون- الظروف)
ميول السلوك	الميل للصراع	معدل الرغبة (نشط\ خامل)

	الميل للهروب الاستسلام	وجهة السلوك: بالمواجهة أم بعيدا عن المؤثر) وجهة التكييف: تكيف المؤثر بالذات مقابل تكيف الذات مع المؤثر الهدف: الذات أم ليس الذات
الاستجابة الفسيولوجية المحيطة	غليان ارتجاف خجل	معدل ضربات القلب ضغط الدم ردة فعل الجلد كهربائيا الشد العضلي
الاستجابة الفسيولوجية العامة	لا توجد أمثلة	نشاط في اللوزة نشاط في القشرة الجبهية
تعبيرات الوجه	وجه مبتسم وجه مقطب وجه خائف وجه حزين	تعابير الوجه بناء على: وحدات الوجه كالفم في اطرافه، وحركة الرموش، رجفة تجعد الانف عضلات الوجه: حراك الوجنة، حدقة العين
تعابير لفظية	صراخ ضحك	القذف التسارع تتابع الوقع التوقف تكرار الاضطراب
السلوك العام	فرار مناجزة وصراع محاولة اصلاح حماية	مستوى النشاط: وجهة الحركة: نحو أم الابتعاد عن تأثير المستفز وجهة التكييف: تكيف المؤثر بالذات مقابل تكيف الذات مع المؤثر الهدف: الذات أم ليس الذات
المشاعر	الغضب خوف حزن سعادة	انسجام وتكافؤ استثارة انعكاس كل ما يؤمن به من قيم على الوعي

سابعا: معيار تأثير العاطفة

فان أردنا تعزيز قيمة ما، ندرج معها مسار عاطفي عبر استثارة الحواس مثلا وهو ما يعزز المعلومة في الذاكرة، وقد كان هناك ثمة تقارير تتحدث عن أفراد يتمتعون

بـــ "ذكريات سيرة ذاتية فائقة"، والذين يبدو أنهم يتذكرون كل حدث عن ماضيهم، ويبدو أن اكتمال مخازن ذاكرتهم يتناقض تناقضًا صارخًا مع متوسط الفرد الذي لا يتذكر سوى جزء بسيط من التجارب السابقة. فبالنسبة لمعظمنا، فإن المقاطع التي نحتفظ بها هي تلك اللحظات المشـــبعة بالعاطفة، وكما ذكر براون وكوليك (1977) يبدو أن تفاصـــيل هذه اللحظات تبقى معنا على المدى الطويل. وتظهر تأثيرات العاطفة على الذاكرة خلال مراحل متعددة من الذاكرة، وتؤثر العاطفة على الطريقة التي تتم بها معالجة المعلومات وتحويلها في البداية إلى ذاكرة (خطوة الترميز)، وتؤثر على طريقة تلك المعلومات، وعادةً ما يتم تقسيم تكوين "العاطفة" على بعدين من الناحية التشـــغيلية: مدى إثارة أو تهدئة المنبه العاطفي (الاســـتثارة) ومدى كونه ممتعًا أو غير سار.

ثامنا: ترميز الذاكرة

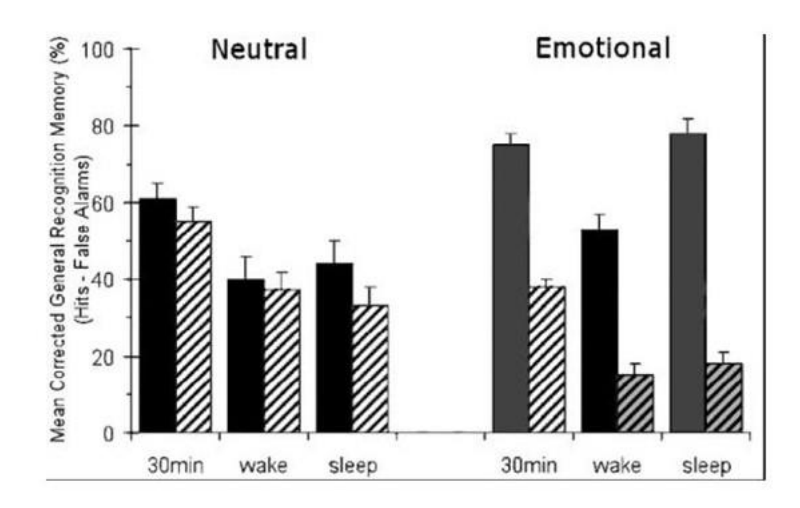
بنفس الطريقة (7) التي يتم بها تحويل ضـــغطات المفاتيح على جهاز الحاســـوب إلى تنسيق يمكن أن يظهر على شاشتنا، لذلك يجب أن تمكّن مجموعة العمليات المعرفية والعصـبية من تسـجيل معالجتنا للعالم من حولنا، ويشـار إلى بدء هذه العمليات باسـم الترميز. سـواء كانت المعلومات عاطفية بطبيعتها أم لا، يمكن أن تؤثر على عمليات التشـــفير هذه بعدة طرق، ويمكن أن توجه عاطفية المعلومات انتباهنا وتوجهنا إلى تحديد أولويات بعض التفاصـيل للمعالجة على الآخرين، والتأثير على كيفية تفصـيل المعلومات، ويبدو أن العديد من تأثيرات العاطفة على التشـــفير ترجع إلى الطبيعة المثيرة للمثيرات (أي مدى تهدئة أو إثارة المنبه) بدلاً من تكافؤ المنبهات (أي مدى إيجابية أو ســلبية المنبه). ويمكن أن تكون المعلومات المثيرة عاطفياً بمثابة إشـــارة قوية لتوجيه انتباهنا.

والتفصـــيل يمكن أن يلعب دورًا في الذاكرة لإثارة المعلومات عاطفياً كما إن انتقاء الكلمات الإيجابية أو السـلبية منها يكون أكثر ارتباطًا من الناحية اللغوية من الكلمات المحايدة، ومثلما يمكن محو محتويات مســـتند الكمبيوتر غير المحفوظ عند تعطل جهاز الكمبيوتر، كذلك يمكن أن تفقد المحتويات المشـــفرة في الذاكرة إذا لم يتم تنفيذ عمليات المواءمة الإضـــافية للســـماح بتثبيت تتبع الذاكرة بعد اكتســـابها الأولي، كما

تشـــير النتائج أيضًـــا إلى أن الذكريات تتحول إلى شـــكل أكثر اســـتقرارًا مع مرور الوقت.

وتبين أن هناك احتفاظًا أفضـــــل بالأحداث المثيرة مقارنة بالأحداث المحايدة على فترات التأخير الطويلة. ففي بعض الأحيان، يمثل ظهور هذه الميزة زيادة مطلقة في الذاكرة لإثارة المعلومات بمرور الوقت، ولكنه يعكس في الغالب تدهورًا أبطأ للذاكرة لحدث الإثارة مقارنة بالحدث المحايد، مما يتيح الحفاظ على تجارب الإثارة بشكل أفضل على المدى الطويل من التجارب المحايدة.

وعلى الرغم من أن فترة النوم تبدو ضـــــرورية للدمج الأمثل لجميع الذكريات العرضـــية، إلا أن الفائدة قد تكون واضـــحة بشـــكل خاص للتجارب العاطفية. لم يتم إجراء العديد من الدراســـات التي تقارن تأثيرات النوم على الذاكرة على المعلومات العاطفية مقابل المعلومات غير العاطفية، لكن الأدلة الحالية تشـير إلى أن النوم يوفر فوائد خاصة للذاكرة العاطفية.



شكل (1)

الشكل (1) يُظهر المشاركون "العلاقة" في الذاكرة لمكونات المشاهد العاطفية، حيث يتذكرون العناصر داخل المشاهد العاطفية (الأشرطة الصلبة) أفضل من الخلفيات

المقدمة مع العناصر (الأشرطة المقطوعة). ليلة من النوم تبالغ في هذه المقايضة، وتحافظ بشكل انتقائي على الذاكرة للعناصر العاطفية. مقتبس من Payne et al. (2008).

تأثير العاطفة على الاسترجاع

مثلما نحتاج إلى أن نكون قادرين على العثور على ملف محفوظ وفتحه على جهاز الكمبيوتر الخاص بنا، كذلك يجب أن نكون قادرين على الوصول إلى المعلومات المؤرخة في الذاكرة، لاستخدامها في الوقت المطلوب. غالبًا ما يتم تقسيم عملية الاسترجاع هذه إلى عدد من الخطوات الفرعية، بما في ذلك البحث عن الذاكرة واستعادة الذاكرة ومراقبة الذاكرة.

بالمقارنة مع التشفير والدمج، تم توجيه القليل نسبيًا من التحقيق حول كيفية تأثير المحتوى العاطفي على عمليات الاسترجاع. اعتمدت تحقيقات التصوير العصبي المبكرة على دراسات، حيث تم تقديم المواد العاطفية والمحايدة في مراحل اختبار منفصلة، وفيها عناصر مدروسة وغير مدروسة، وفي إحدى هذه الدراسات، طلب ماراتوس ودولان ومور (2001) من المشاركين قراءة الجمل ذات الدلالة الإيجابية أو السلبية أو المحايدة، وطُلب لاحقًا التعرف على الكلمات المحايدة من كل جملة أثناء خضوعها لفحص الرنين المغناطيسي الوظيفي. وجد المؤلفون أنه عندما طُلب من المشاركين استرداد الكلمات المحايدة التي تم ملاحظتها في جمل إيجابية أو سلبية، كان هناك تنشيط كبير للمناطق الحوفية (مثل اللوزة) ومناطق أخرى متورطة في معالجة المعلومات العاطفية (مثل cor-tex المداري، في حالة السياقات الإيجابية). توضح هذه النتائج أن معالجة الإشارات العاطفية ليست فقط هي التي تثير نشاطًا جديدًا مختلفًا عند الاسترجاع، بل استرجاع المعلومات العاطفية نفسها.

دور الفروق الفردية

كما أوضحت هذه الأقسام، هناك تفاعل دقيق بين العاطفة التي يثيرها الحدث، والحالة العاطفية للفرد في ذلك الوقت، والمحتمل أن يتم تذكر حدث ما أو تفاصيل معينة عن حدث ما. لذلك ليس من المستغرب أن يكون هناك اختلافات فردية منهجية في هذا التفاعل. من المحتمل أن تنبع بعض هذه الاختلافات من كيفية تجربة الحدث في البداية. على سبيل المثال، أولئك الذين ينظرون إلى حدث ما على أنه وثيق

الصلة بالذات قد يكونون أكثر عرضة للتركيز على التفاصيل المتعلقة بالحدث أكثر من أولئك الذين يشاهدون الحدث من زوايا أخرى، فقد تنبع الاختلافات الأخرى من السمات أو الاختلافات الشخصية: قد يركز الأشخاص الذين يعانون من القلق أو العصابية على الانتباه والموارد التفصيلية على تفاصيل الأحداث السلبية، مما يجعلهم يتذكرون تلك التفاصيل بشكل أفضل، ولكن على حساب المعلومات السياقية الأقل سلبية. ولا تزال هناك اختلافات أخرى من المرجح أن تعكس حالة هدف الشخص أثناء وقوع الحدث كمثال واحد فقط، ومن المرجح أن يتذكر أولئك الذين يحاولون تنظيم عواطفهم تفاصيل مختلفة لتجربة ما عن أولئك الذين جربوا الحدث دون محاولات لإعادة التقييم الإجمالي. وقد تلعب عوامل أخرى دورًا عند استرداد المعلومات من الذاكرة. الأفراد الذين يرون أن وقتهم محدود، مثل كبار السن الذين يشعرون أنهم يقتربون من نهاية حياتهم، قد يكونون أكثر عرضة للتفكير في ماضيهم بطريقة إيجابية، ورؤية "الجانب المشرق" حتى في صراعاتهم الماضية، على النقيض من ذلك، قد يواجه الأشخاص المصابون بالاكتئاب صعوبة في تذكر تفاصيل التجارب السابقة وقد يسهبون في الشعور بأن ماضيهم كان مليئًا بالنتائج غير السارة والأهداف المحبطة، على الرغم من أن البحث حتى الآن قد ركز في المقام الأول على ما هو مشترك بين جميع الأفراد أثناء قيامهم بتشفير التجارب العاطفية وتوحيدها واستردادها، إلا أن هناك مجالًا لا يزال جاهزًا للاستكشاف يحيط بمسألة كيفية تعديل الفروق الفردية للطريقة التي تؤثر بها العاطفة على كل مرحلة من مراحل الذاكرة.

تاسعا: المشاعر في دعم الأهداف

ثمة وجهة نظر ترتبط فيها المشاعر ارتباطًا وثيقًا بالجوانب الأخرى لشبكة منهجية من التأثيرات على السلوك، حيث ترتكز وجهة النظر هذه حول السلوك على مفهوم الهدف المنطقي، من وجهة النظر هذه، يُنظر إلى الأهداف على أنها جزء لا يتجزأ من أنظمة للذات من نوع معين. تعمل الأنظمة هذه على تنظيم تصرفات الأشخاص فيما يتعلق بأنواع متنوعة من الأهداف (على سبيل المثال، القيم والخطط والاستراتيجيات والنوايا وحتى النزوات)، بحيث يتم التعامل مع حوافز الحياة بشكل كامل بنجاح مع تجنب التهديدات الخاصة بالإخفاق.

يمكن الوصـول إلى الأهداف بشـكل عام بطرق متنوعة، وغالبًا ما يمكن القيام بعمل معين في خدمة أهداف متنوعة مما يؤدي، على الأرجح، إلى تعقيد كبير في تنظيم العمل.

ومفهوم الهدف له موطئ قدم مرموق في علم نفس الشـخصـية، ويميل الأشـخاص الذين يفكرون في الأهداف على أنها بناء تنظيمي إلى افتراض أن فهم الشخص يعني فهم أهداف ذلك الشـــخص، أن جوهر الذات يتكون جزئيًا من الأهداف المجردة للشخص والتنظيم فيما بينها.

مستويات الاهداف

يمكن أن يبدو مفهوم الهدف مربكًا بعض الشـــيء بسـبب حقيقة أن الأهداف موجودة على مســـتويات عديدة من التجريد. يمكن أن يكون لديك هدف كأن تكون مســـؤولًا اجتماعيًا، ولكن يمكنك أيضـًـا أن يكون لديك هدف الحفاظ على الموارد - وهو هدف أكثر تقييدًا – وهو ما يســـاهم في أن تكون مســـؤولًا اجتماعيًا. فإن كان ثمة طريقة واحدة للحفاظ على الموارد تكمن عبر عملية إعادة التدوير. وإعادة التدوير يسـتلزم أهدافًا أخرى أكثر ارتباطًا: وضــع الصـــحف والزجاجات الفارغة مثلا في حاويات ونقلها إلى موقع الالتقاط، كل هذه أهداف، يجب الاقتراب منها، ولكنها موجودة على مستويات متفاوتة من التجريد.

غالبًا ما يقال إن أهداف الناس تشكل تسلسلاً هرميًا يتم فيه تحقيق الأهداف المجردة من خلال تحقيق الأهداف الملموســة التي تســاعد في تحديدها. ويتم تحقيق الأهداف ذات المستوى الأدنى من خلال تسلسل موجز للعمل (الذي يتكون من مكونات فرعية للتحكم في المحركات) وتنفذ بشكل مستقل إلى حد ما بمجرد تشغيلها.

عاشرا: الذكاء العاطفي

الذكاء العاطفي (9) له علاقة بالارتقاء بأداء متلقي الرســـائل ســـواء كانوا طلبة او موظفين فتحســـين من ادائهم ومواقفهم، وثمة ما يؤكد علميا العلاقة فيما بين الذكاء العاطفي والتلقي المعرفي وزيادة معدلات الانتباه لدي المتلقين، ومحفزات الادراك والتفكير الإبداعي والسلوك، وهو ما ينبطق ايضاعلى الطلبة في الفصول الدراسية.

وثمة علاقة فيما بين اســتثارة المشــاعر والاغناء المعرفي، وزيادة معدلات القدرات العقلية، وهو ما يحثنا على تحفيز مهارات الذكاء العاطفي لدى القادة والمرشـــدين والمدرسين عبر ما يتواصلون به عبر سياقات من أجل الوصول للاحتراف.



الفصل الثاني

كيف تعامل ديننا الاسلامي مع المشاعر

المشـــاعر تعتبر طبقة مهمة من طبقات برمجة الســلوكيات القيمية عند المســلمين، ونحن إذ نعتبرها أحد طبقات برمجة القيم وذلك عبر مسارين:

1-مسار سيرة رسولنا الكريم المفعمة بالتوجيه والإرشاد السلوكي.
2-مسار أسماء الله وصفاته المفعمة بالمشاعر.

فمع رسولنا الكريم فللمشـاعر فيها حصـة لا يسـتهان بها في التوجيه والإرشـاد، وفيما يلي نســـتعرض بعض الاحداث التاريخية متتبعين مســـار المشـــاعر في كل منها لاستلهام الجانب التوجيهي الارشادي في كل منها ومن القصص مع التحليل ونبدأها:

أولا: حادثة المُخلّفون الثلاثة

حيث تخلف ثلاثة من صـحابة رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم عن الغزو الذي كان في زمان الحر والشـدة، ولكن رغم فداحة الذنب وعظمته تجاوز الله عنهم وغفر لهم صنيعهم، لأنهم كانوا صـادقين مع أنفسهم ومع الرسول الكريم صـلى الله عليه وسلم، لم يخادعوه ولم يأتوا بأعذار كاذبة، بل صــــدقوا واعترفوا بتخلفهم، ولجؤوا إلى الله تائبين مســـتغفرين فتاب الله عليهم، ولندع أحدهم وهو كعب بن مالك يقدم ســـردا ملخصا لهذه المحنة:

قال كعب بن مالك (12): غزا النبي صـــلى الله عليه وســـلم تلك الغزوة، حين طابت الثمار، فتجهز رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم، وتجهز المسـلمون معه، ولم أتجهز وأقول في نفسـي سـألحق بهم حتى إذا خرجوا ظننت أني مدركهم، وليتني فعلت، فلما انفرط الأمر، أصـبحت وحدي بالمدينة لا أرى إلا رجلاً مغموصـاً عليه في النفاق - أي مشهورا به - أو رجلاً ممن عذر الله من الضعفاء، فلما بلغني أن رسول الله صلى

الله عليه وسـلم عاد راجعا من تبوك حضـرني الفزع، فجعلت أتذكر الكذب، وأقول: بماذا أخرج من سـخط رسـول الله؟ واسـتعين على ذلك بكل ذي رأي من أهلي، فلما دنا رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم من المدينة، زال عني الباطل، وعلمت أني لا أنجو منه إلا بالصدق، فأجمعت أن أصدقه.

فلما وصل رسول الله صلى الله عليه وسلم للمدينة بدأ بالمسجد وجلس للناس، فجاء المخلفون وجعلوا يعتذرون له ويحلفون، فيقبل منهم ظواهرهم ويسـتغفر لهم، وكانوا بضعا وثمانين رجلاً، فجئت فسلمت عليه، فتبسم تبسم المغضب، فقال لي: ما خلفك؟ قلت: يا رسـول الله والله لو جلسـت إلى غيرك من أهل الدنيا، لخرجت من سـخطه بعذر ولقد أعطيت جدلاً، والله ما كان لي عذر حين تخلفت عنك، فقال رسـول الله صلى الله عليه وسلم: أما هذا فقد صدق، فقم حتى يقضي الله فيك.

فخرجت من عنده فلحقني بعض أهلي يلومونى على أني لم أعتذر، ويسـتغفر لي رسول الله صلى الله عليه وسلم، حتى هممت أن أرجع عن صدقي، فسألت هل قال أحد بمثل ما قلت؟ فذكروا لي رجلين صـالحين: مرارة بن الربيع وهلال بن أبي أمية وكان فيهما لي أسوة.

ثم إن رسول الله نهى عن محادثتنا نحن الثلاثة، فاجتبنا الناس، وتغيروا لنا، فتنكرت لي نفسـي والأرض، أما صـاحبيّ فاسـتكانا وقعدا في بيتيهما، أما أنا فأصـلى مع المسلمين وأطوف الأسواق ولا يكلمني أحد حتى أقاربي.

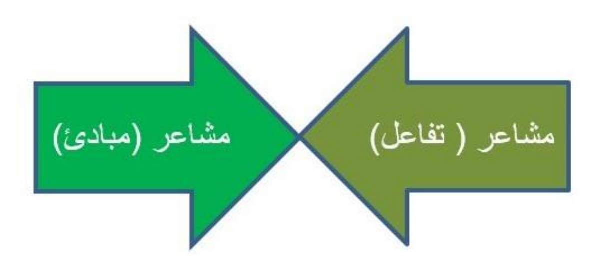
بينما أنا في هذا الحال إذا جاءت رسـالة من ملك غسـان يقول لي: الحق بنا نواسيك بعد أن هجرك صـاحبك، قلت: هذا من البلاء أيضـا، فحرقت الرسـالة، فلما مضـت أربعون ليلة إذ رسول من النبي صلى الله عليه وسلم يأمرني باعتزال امرأتي فقلت: الحقي بأهلك، وكان الأمر باعتزال النساء لصاحبيّ أيضاً.

فلما مضت خمسون ليلة أذن الله بالفرج وجاءت التوبة، قال كعب: فما أنعم الله علي بنعمة بعد الإسلام، أعظم في نفسي من صدقي رسول الله صلى الله عليه وسلم يومئذ، و الله ما أعلم أحداً ابتلاه الله بصدق الحديث بمثل ما ابتلاني.

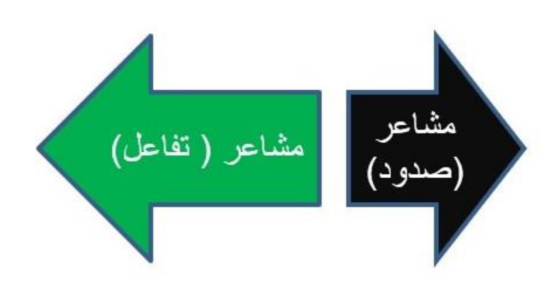
والآيات التي نزلت في توبتهم هي قوله تعالى: {وعلى الثلاثة الذين خلفوا حتى إذا ضاقت عليهم الأرض بما رحبت وضاقت عليهم أنفسهم وظنوا أن لا ملجأ من الله إلا إليه ثم تاب عليهم ليتوبوا إن الله هو التواب الرحيم * يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين} (التوبة:118،119). إنتهى

فالإسلام يبين لنا أهمية المشاعر وضرورة التحكم بها، فلا يصح أن تنطلق المشاعر من دون توجيه، حيث يتم ذلك عبر إيقاف تارة أو التفعيل تارة، وفي التفعيل كيف يمكن أن يكون، ذلك أن في تفعيل المشاعر صور منها:

أ- عبر قصة المخلفون الثلاث، نلاحظ كيف كان المسلمون قبل غزوة تبوك ممتثلين لحديث الرسول (المسلم أخو المسلم) ولتوجيه الله (انما المؤمنون اخوة) ولكن إثر تخلّف بعض المسلمين عن أمر الرسول بالنفرة للجهاد، نجد الرسول صلى الله عليه وسلم قد أمر بعدم التواصل بمن لم يمتثل للأمر إلى درجة عدم رد حتى السلام على من يُسلّم منهم.



نموذج لرمزية مسار تفعيل المشاعر



نموذج لرمزية مسار صد المشاعر

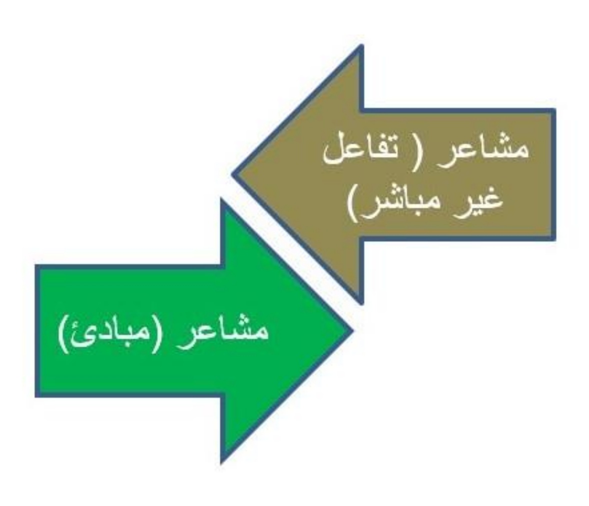
أ- طُلب من المسلمين إيقاف مشاعرهم نحو كعب بن مالك بالرغم من مطالعتهم ومسايرتهم له، فقد كان يصلي معهم، ويمشي في الأسواق.

ب- لقد جعل رسولنا الكريم من كعب رمزا، فهو عندما كان يمشي في الأسواق كان يعبر عن رمزية عدم الطاعة، وفي ذلك توجيه وارشاد لحظي ويومي من الرسول عبر مشهد كعب في السوق دون ان يكلمهم بكلمه، فالرسول لم يطلب منه أن يسجن في بيته، وفي ذلك ملمح تربوي، واستمر ذلك على مدى خمسين يوما.

ت- تعلم كعب ان مشاعره لن تصل للناس من حوله، فقد كان يشعر كما لو كان ثمة جدار زجاجي يفصله عن قومه ليحول بينه وبينهم، أما هو فقد كان يبث مشاعره لهم غير أنها وإن كانت تصل الا انها قد تعطلت من أن تحدث أثرا، فهي عملية تربوية دقيقة معبرة لأسلوب حكيم.

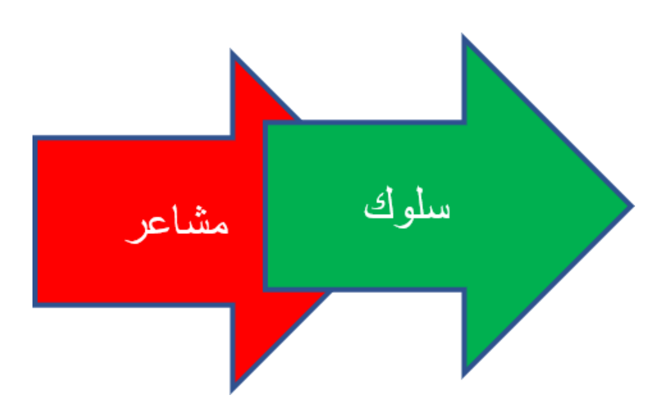
ث- مشاعر كعب الصادقة طوعت سلوكه فهو لم يقطع حضوره للصلوات الخمس في المسجد مع المسلمين، (فالإيمان ما وقر في القلب وصدقه العمل).

ج-موقفه وهو يصلي مع ملاحظته للرسول وهو يناظره، ثم يصد عنه الرسول الكريم حين يجاذبه المطالعة، كان تجاذب مشاعر، حوار خاص عبر المشاعر، يقف التراسل فيه حين ينظر مجددا للرسول، ذلك إن نمط الرسول كان مختلفا عن الصحابة في تواصله بمشاعره نحو كعب.

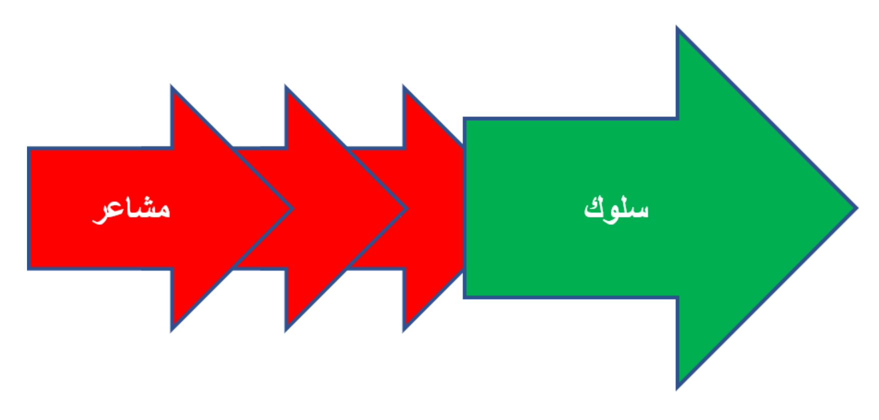


نموذج لرمزية مسار غير مباشر للمشاعر

ح-اللحظة التي بُشّــر فيها كعب بالفرج كانت لحظة متدفقة المشـــاعر، فهي كالماء الذي حبس بسد فتفجر متدفقا، فحجب المشاعر المتراكمة طيلة خمســين يوما ولإطلاقها في لحظه كان ذلك محرك عظيم للسلوك، تلك كانت لحظة همّ جثم على القلب مطولا فرفع، تلك كانت لحظة حياة، بل حياة جديدة.



نموذج لرمزية علاقة السلوك بالمشاعر



نموذج لرمزية علاقة السلوك بالمشاعر المتراكمة بعد تدفقها

خ- عندما لم يرد عليه أحد بالســـلام تعني لا ســـلام عليك وهذا حجب للسلام ولا للاستقرار النفسي.

د- كذلك الصحابة رد إليهم الاستقرار النفسي حين طلب منهم بشارته.

ذ- سؤال كعب للرسول صلى الله عليه وسلم هل المغفرة منك ام من الله ما يعزز لمشاعر من الله نحو كعب مباشره، كما لو كانت قضيته مع الله دونما وسيط، فما كان الوسيط سوى رسول لإيصال رسالة، وفي ذلك تعظيم واغناء للمشاعر.



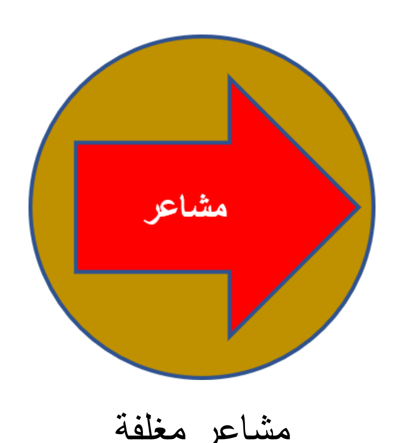
نموذج لرمزية مسار علوي للمشاعر لا تكون الا مع الخالق

وهذا يذكرنا بمشاعر أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها في (تبرئتها من الافك)، ذلك فان كان القرآن توجيها للمسلمين كافة، فعبر تلك الآية كان تواصل من الله بمن خصهم بالبشارة، أما مع كعب فكان تواصل نطاقه ضيق واتسع ليضم كعب ورفاقه الثلاث، تخصيص فجر مسار افقي من التواصل والارتقاء السلوكي.

ر- والسلوك قد يغلف بمشاعر كاذبة، فحين ارسل ملك غسان عرضه لكعب، ليعبر بمشاعر تبدو صادقه، ما جعل كعب أمام موقف ليفاضل فيما بين مشاعر تبدو إيجابية ومشاعر صد من المسلمين تأديبية، ليختار كعب بينهما، فالعقل كان يقول له كما قال فيما بعد لمن وطئت قدمه ازاره وهو يطوف في الكعبة ارجع الى قومك، - ذلك جبلة ابن الايهم (13) وكان اسمه المنذر بن الحارث هو آخر ملوك الغساسنة في الشام .حكم ما بين عامي 632 و638 ميلادية. وكان بذلك الملك السادس والثلاثين في سلالة الغساسنة الذين كانوا متحالفين مع الروم قبل الإسلام، وهم من العرب النصارى، يقال إنه أسلم في عهد عمر بن الخطاب خرج في موسم الحج مع عمر رضي الله عنه فبينما هو يطوف بالبيت إذ وطئ على ازاره رجل فقير من بني فزارة فالتفت اليه جبلة مغضبا فلطمه فهشم انفه فغضب الفزاري واشتكاه إلى عمر بن الخطاب رضي الله عنه فبعث اليه فقال: ما دعاك يا جبلة إلى ان لطمت اخاك في الطواف فهشمت انفه! فقال: انه وطئ إزاري ولولا حرمة البيت لضربت عنقه. فقال له عمر: أما الآن فقد أقررت فأما أن ترضيه وإلا اقتص منك بلطمك على وجهك.

قال: يقتص مني وانا ملك وهو سوقة! قال عمر رضي الله عنه: يا جبلة إنّ الإسلام قد ساوى بينك وبينه، فما تفضله بشيء إلا التقوى. قال جبلة: أمهلني ليوم غد، فآثر أن يرجع الى قومه وتنصر،

لكن القلب يفاضل ويختار، ما يعني ان المشاعر التي بعث بها ملك الغساسنة لم تكن صادقة، لقد كانت مشاعر مغلفة بالخبث، فالمشاعر قابلة للتغليف بما لا ينم عن حقيقتها.

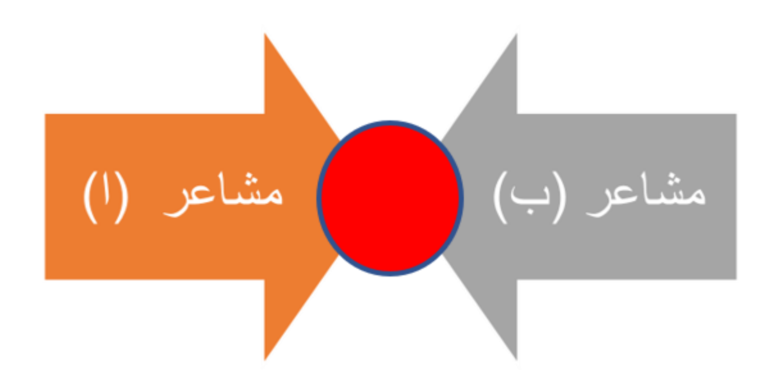


مشاعر مغلفة

أ- لما كانت المشاعر تتباين فيما بين مشاعر غضب أو مشاعر حب، أو مشاعر عن ظلم وإذلال أو تحقير، وجدنا الملك الغساني يغلف عرضه بما افتقده كعب من صدود أصحابه.

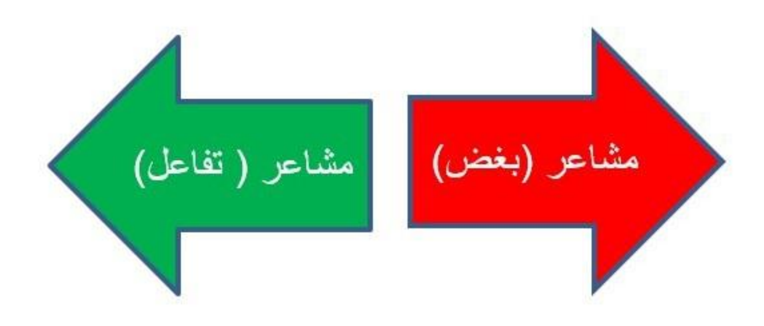
ب- للمشاعر دور في عملية النضج الفكري وبناء الشخصية؟ والمشاعر تحدد مسار السلوك بعد تقليب الامر وتداوله فيما بين العقل والقلب، فالمشاعر طاقة، والنضج العقلي طاقة لعلهما في لحظة ما يصطرعان، والمشاعر حين تلتهب، لعل العقل يتم اغفاله فتمضي طاقة المشاعر متحولة الى سلوك، أو حين تعرض على العقل ليقلب العقل الأمر فيمنح القلب مساران أو بديلان، (إما، أو)، ليختار. ففي حالة كعب نجده وقد طالع ما يريده الله وجعل سلوكه طوع عما يريده الله متمثلا الآية (ان صلاتي ونسكي ومحياي) وهو ما يعزز من أن المشاعر قابلة للترويض والتوجيه والارتقاء بالسلوك.

ت- إن الامر الذي أقدم عليه رسولنا الكريم نحو الصحابة بعدم التواصل مع الثلاثة الذي تخلفوا عن القتال، قابله قبول منسجم من قبل الصحابة، وهو ما جعل المسار التربوي للسلوك محل برمجة لدى كافة المسلمين وغير منحصر في شخص بذاته.



نموذج لرمزية مسار المشاعر حين تتآزر لتحدث أثرا سلوكيا نحو هدف موحد

ك- العناد تصرف سلوكي تحتضنه مشاعر البغض، وهو ما لم يسلكه الثلاثة الذين أعربوا عن مشاعر الصدق في تخلفهم عن القتال ولا عن باقي الثمانين الذين تخلفوا عن القتال لأسباب اختلقوها ليحضوا بدعاء الرسول بالمغفرة من الله، وهي علامة إيجابية حين نقارنها بمشاعر البغض وهو ما قد يؤدي للخروج من الملة، بل العداء.



ثانيا: حادثة صلح الحديبية

بعد أن قررت قريش الصلح (12) مع المسلمين أرسلت رجلاً لإتمام عقد الصلح مع رسول الله صلى الله عليه وسلم، فتُرى من ذا يكون ذلك الرجل؟

من المؤكد أن قريشًا لا يمكن لها أن ترسل وسيطًا، سواءٌ أكان من خزاعة أو من ثقيف أو من أي قبيلة أخرى؛ إذ إن رسول الصلح سيعبر عن قريش، وسيفاوض في بنود ستتأثر بها قريش تأثرًا مباشرًا، فلا بد إذن أن يكون رسول الصلح منها نفسها.

وإذا كان الأمر كذلك فمَن تبعث قريش؟ هل تُرسل عكرمة بن أبي جهل، أم خالد بن الوليد، أم أبا سفيان، أم صفوان بن أمية؟ وفي الحقيقة أن قريشًا لم تبعث أيًّا من هؤلاء؛ وذلك لأنهم -كما يعبرون هذه الأيام- كانوا يعدون من الصقور، فكلهم يريد محاربة المسلمين، وقريش (القاعدة العامة) لا تريد ذلك، إنما تريد أن تلطِّف جوًّا مشحونًا بالخوف ومعتمًا بالمجهول.

ومن هنا فقد أرسلت قريش رجلاً من الحمائم هو سهيل بن عمرو، ذلك الذي كانت له حياة هادئة في مكة، ولم يكن في سيرته مصادمات مباشرة مع المسلمين، الأمر الذي يمكنه من التفاوض مع المسلمين بهدوء، وهذا عين ما تريده قريش.

وبالفعل كان سهيل كذلك، حتى إن رسول الله صلى الله عليه وسلم حين رآه قادمًا استبشر وبشر المؤمنين وقال: "قَدْ سَهُلَ لَكُمْ مِنْ أَمْرِكُمْ، أَرَادَ الْقَوْمُ الصُّلْحَ حِينَ بَعَثُوا هَذَا الرَّجُلَ". والفأل حسنٌ في الإسلام.

لكن في الوقت نفسه كان لقريش أغراض أخرى من تخصيص سهيل بن عمرو بالذات، فهو رجل موتور ومصاب من المسلمين في بيته؛ إذ إنه قد أسلم أربعة من أولاده وثلاثة من إخوته، فكأن الأمر بالنسبة إليه دفاع عن قضية شخصية.

فمن أولاده الذين أسلموا: أم كلثوم وسهلة وعبد الله، وقد أسلموا منذ زمن، ويعيشون الآن في المدينة المنورة، أما الرابع فكان أبو جندل وهو مقيد في بيته من قِبل والده سهيل؛ حتى لا يخرج ويلحق بالمسلمين.

أما إخوته الذين أسلموا فهم: السكران بن عمرو، وأبو حاطب بن عمرو، وسَلِيط بن عمرو. أي أن عائلته كلها قد أسلمت ولم يعُدْ يبقى غيره، الأمر الذي يعكس مدى

مصــابه في كرامته، وفي عزته بين قريش؛ مما يجعله يفاوض بكل حميَّة، ويسـتأثر من المسلمين بكل مصلحة ممكنة من أجل قريش.

وقفة مع اتفاقية الصلح

قبل الدخول في بنود الصـــلح بين المســـلمين وقريش نودُّ أن نقول: إذا قام فريقان بالصـــلح فإن هذا يعني أن القوتين متكافئتان، وأنه إذا حرص القوي (في الظاهر) على الصلح مع الضعيف، فهو يرى أن الضعيف هذا أقوى منه، الأمر الذي يسهل عليه فيه أن يقدِّم له (القوي) كثيرًا من التنازلات. فعلى الضـــعفاء أن يثبتوا على موقفهم، وأن يعلموا أن الحق معهم ولهم، ويتيقنوا بعد ذلك أن الله لن يخذلهم، وأن هذا مما يزلزل كيان الكافرين.

جلس الفريقان ليبرموا صـــلحًا من أجل مصـــلحتهما معًا، ويلتقوا -كما يقولون- في منتصف الطريق.

إيجابيات معاهدات الصلح

وفي مثل هذه الاتفاقيات هناك إيجابية من الأهمية بمكان وهي أن كل طرف من طرفي المعاهدة قد أصـــبح معترفًا بالطرف الآخر، فإذا كان هناك جماعة لا دولة، وقليل لا كثير، ثُم تَمَّ معها معاهدة صـــلح، فهذه إيجابية كبيرة؛ وذلك لأنها بداية الاعتراف بأنها أصبحت قوة مكافئة.
وما نحن بصـدده الآن هو أن قريشًـا ليسـت في حاجة لاعتراف الرسـول صـلى الله عليه وسلم بها، ذلك أن تاريخها يرجع إلى أكثر من ستمائة عام، وهي قبيلة معترفٌ بها وســـط مكة المكرمة، ووســـط الجزيرة العربية، بل ووســـط العالم آنذاك، ولها عَلاقات مع بعض الدول في العالم.

أما جماعة المسلمين فلم يكن يعترف بهم أحد؛ إذ إنها ما زالت جماعة ناشئة ضعيفة مسـتضـعفة، وإذا اعتُرف بها من قِبل قريش فإن هذا يُعَدّ من أعظم إيجابيات صـلح الحديبية.

وهذا هو ما حدث مع الرسـول صـلى الله عليه وسـلم أيام صـلح الحديبية، فبمجرد أن جلسـت قريش على طاولة المفاوضـات معه صـلى الله عليه وسـلم كان هذا اعترافًا

منها أمام الجميع بدولة المسـلمين وجماعتهم في الجزيرة العربية، وعلى رأسـهم رسول الله صلى الله عليه وسلم.

سلبيات معاهدات الصلح

مع وجود الإيجابية السابقة في معاهدات الصلح إلا أن هناك سلبية أيضًا لا بد منها أثناء العقد، وهي أنه إذا جلس طرفان للتفاوض والصلح فلا بد أن يتنازل كل طرف عن شيء أو أشياء من حقوقه.

ومثل هذا بحاجة إلى وقفة متأنية، حتى إذا حدث مثل هذا بين المسلمين وبين غيرهم نكون على وعي تام بطبيعة هذا التفاوض وهذا الصلح، ونعي تمامًا ما الذي يمكن أن يتنازل عنه المسلمون ثم نتغاضى نحن عنه، وما الذي يمكن أن يتنازلوا عنه ولا يمكننا السكوت عليه.

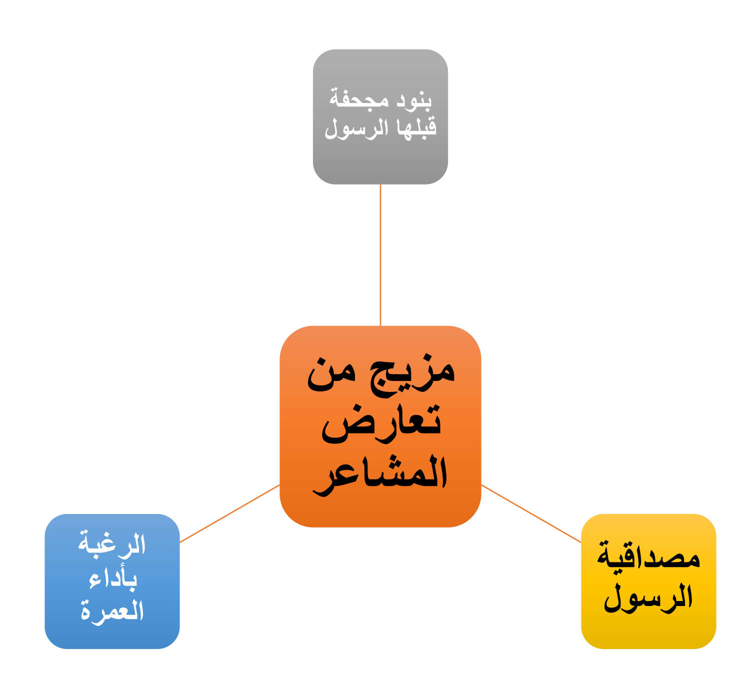
ومن هنا فلا شك أن الرسول صلى الله عليه وسلم في هذا الصلح سيقبل -لا محالة- بأمور من أجلها سيشعر المسلمون بغُصَّةٍ وألم في حلقهم، وهذا ما لا بد منه إذا ما جلس طرفان متكافئان للصلح، لا بد أن يقدِّم كل منهما تنازلاً، وإلا فلماذا التفاوض؟ وعلامَ الصلح؟!
ولقد كان الوضع في الحديبية متكافئًا؛ فقد جاء الرسول صلى الله عليه وسلم ومجموعة من المسلمين ليس غازيًا ولا فاتحًا ولا مهاجمًا لقريش، إنما يريد الدخول للعمرة فقط، وهم ما زالوا قوة ناشئة، وقريش تريد أن تمنعهم وهي قوة كبيرة (14).

فكيف كان للمشاعر دورٌ في برمجة القيم فالسلوك لدى الصحابة عبر حادثة صلح الحديبية؟

1-لقد تشكلت لدينا المشاعر وفق نمط طبقي، اذ في لحظة قبول رسولنا الكريم الموافقة على بنود الصلح صار ما يلي:
أ- جذب مشاعر الشوق لأداء فريضة العمرة تم إيقافه إلى حين! ما يعني تعرضت المشاعر لعملية تأجيل.
ب- بروز تساؤلات لدى المسلمين حيال ما كان يمارسه الرسول، بما يعتبر مناقضا عما تعلموه منه، في مثل موافقته على بند "رد من

يسلم من الكفار ويأتي لمعسكر الرسول، ومن يكفر من المسلمين لا يحق للرسول منعه من الرجوع لمعسكر الكفار!"

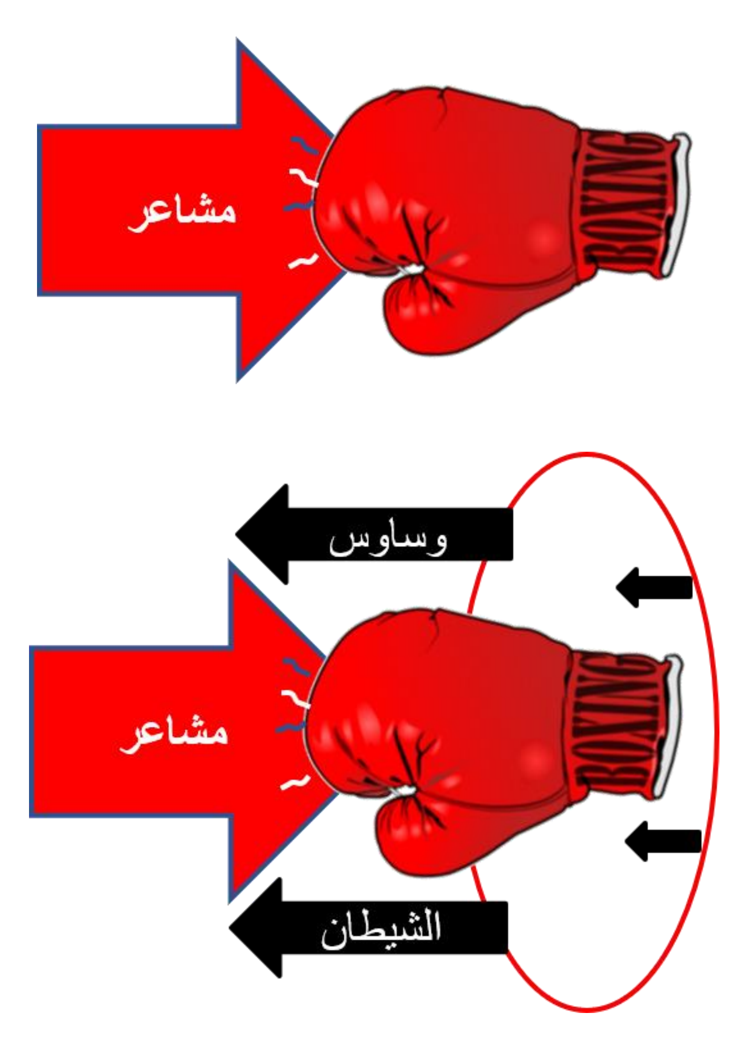
ت- لعل المسلمين في لحظة موافقة الرسول على بنود الصلح لم يستوعبوا الموقف، فلعل ما كان يجول بخلدهم سر تراجع الرسول من أداء العمرة؟ وهو ما يجعل المسلمين متشككين بالقرار الذي اتخذه ثم تراجع عنه!



مزيج المشاعر وفق نمط طبقي

2- الصدمات النفسية تعرض النفس الامارة بالسوء لوساوس الشيطان، لقد كان لختم الرسول على كتاب الصلح ذو وقع شديد على نفوس المسلمين الذين كانوا مُحرِمين ومتأهبين لأداء شعيرة العمرة، فهي كما لو كانت بسيل جارف تم إيقافه بشكل مفاجئ، ما فتح مجالا متسعا لوساوس الشيطان، فقد كان مزيجا من خيبة امل وإحباط وهو ما قد يؤدي (لفتنة) حين أعرب الصحابة عن ذلك بقول البعض السنا على حق وهم على

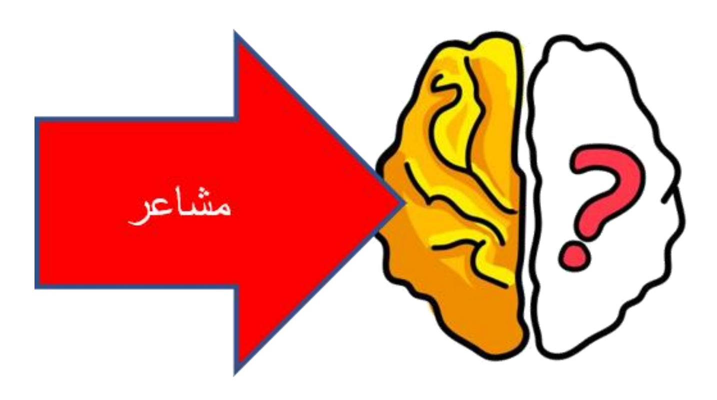
باطل؟ وجال في خلد البعض كيف وهو من امر بالاعتمار؟ لقد كان اختبارا لمدى الايمان عبر مسار المشاعر.



مداخل وساوس الشيطان مع الصدمة المشاعرية

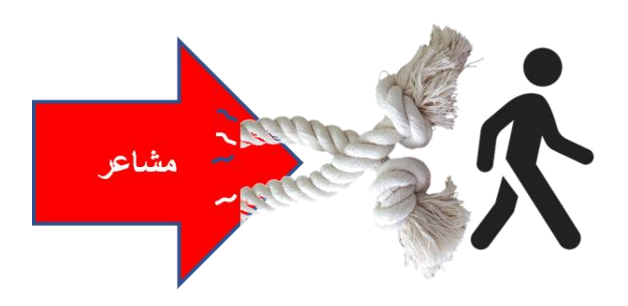
3- ثمة لحظات نجد فيها المنطق هو المحرك الأول للمشاعر، فها هو عمر رضي الله عنه معربا عن ذلك مستنكرا قبول الصلح، بينما قدم ابي بكر رضي الله عنه الثقة مقدما ما وقر بالقلب وبالالتزام، كان ذلك صراع المنطق بالمشاعر، فكان الدرس بالالتزام والخضوع والثقة بالرسول

عبر موقف الصلح، فتم حجب المنطق وحجب المشاعر معا واعدامهما لصالح الثقة بالرسول والالتزام. وهذا ما يفقده المسلمون اليوم حين نجد مشاعرهم لا تخضع لمعيار وتوجيه، فللمشاعر قوانين يحسن إدراكها فتوجيهها.



تصادم المنطق بالمشاعر

4- ان السلوك قادر على ابطال المشاعر ودحضها، فالانتظار والتشبث بالأمل يعطل الاستجابة للأوامر، فكان الالتصاق بالمشاعر وهو ما تم ابطاله عبر الامتثال السلوكي وهو ما كان الاوقع مقارنة بالأمر الكلامي حين بادر الرسول صلى الله وعليه وسلم فحلق ونحر.



اعتماد السلوك في امتصاص تفريغ المشاعر السالبة

ثالثا: حادثة الإفك

فخير من ذكر قصة الإفك بالتفصيل (12) هي صاحبة القصة أم المؤمنين عائشة بنت الإمام الصديق الأكبر خليفة رسول الله صلى الله عليه وسلم أبي بكر الصديق، وقد روى الحديث البخاري وغيره، ونحن ننقله بطوله لما فيه من العبر والعظات :قالت عائشة: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا أراد سفرا أقرع بين أزواجه، فأيتهن خرج سهمها خرج بها رسول الله صلى الله عليه وسلم معه، قالت عائشة: فأقرع بيننا في غزوة غزاها فخرج فيها سهمي، فخرجت مع رسول الله صلى الله عليه وسلم بعد ما أنزل الحجاب، فكنت أحمل في هودجي وأنزل فيه، فسرنا حتى إذا فرغ رسول الله صلى الله عليه وسلم من غزوته تلك وقفل، ودنونا من المدينة قافلين، آذن ليلة بالرحيل، فقمت حين آذنوا بالرحيل، فمشيت حتى جاوزت الجيش، فلما قضيت شأني أقبلت إلى رحلي، فلمست صدري فإذا عقد لي من جزع ظفار قد انقطع، فرجعت فالتمست عقدي فحبسني ابتغاؤه، قالت: وأقبل الرهط الذين كانوا يرحلون لي، فاحتملوا هودجي فرحلوه على بعيري الذي كنت أركب عليه، وهم يحسبون أني فيه، وكان النساء إذ ذاك خفافا لم يهبلن، ولم يغشهن اللحم، إنما يأكلن العلقة من الطعام، فلم يستنكر القوم خفة الهودج حين رفعوه وحملوه، وكنت جارية حديثة السن، فبعثوا الجمل فساروا، ووجدت عقدي بعد ما استمر الجيش، فجئت منازلهم وليس بها منهم داع ولا مجيب، فتيممت منزلي الذي كنت فيه، وظننت أنهم سيفقدوني فيرجعون إلي، فبينا أنا جالسة في منزلي غلبتني عيني فنمت، وكان صفوان بن المعطل السلمي ثم الذكواني من وراء الجيش، فأصبح عند منزلي، فرأى سواد إنسان نائم فعرفني حين رآني، وكان رآني قبل الحجاب، فاستيقظت باسترجاعه حين عرفني، فخمرت وجهي بجلبابي، والله ما تكلمنا بكلمة، ولا سمعت منه كلمة غير استرجاعه، وهوى حتى أناخ راحلته، فوطئ على يدها، فقمت إليها فركبتها، فانطلق يقود بي الراحلة حتى أتينا الجيش موغرين في نحر الظهيرة وهم نزول، قالت: فهلك من هلك، وكان الذي تولى كبر الإفك عبد الله بن أبي ابن سلول. قال عروة: أخبرت أنه كان يشاع ويتحدث به عنده، فيقره ويستمعه ويستوشيه. وقال عروة أيضا: لم يسم من أهل الإفك أيضا إلا حسان بن ثابت، ومسطح بن أثاثة، وحمنة بنت جحش،

في ناس آخرين لا علم لي بهم، غير أنهم عصـــبة، كما قال الله تعالى، وإن كبر ذلك يقال له: عبد الله بن أبي ابن سلول.

قال عروة، كانت عائشـــة تكره أن يســـب عندها حســـان، وتقول: إنه الذي قال: فإن أبي ووالده وعرضي * لعرض محمد منكم وقاء

قالت عائشـة: فقدمنا المدينة، فاشـتكيت حين قدمت شـهرا، والناس يفيضـون في قول أصـحاب الإفك، لا أشـعر بشـيء من ذلك، وهو يريبني في وجعي أني لا أعرف من رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم اللطف الذي كنت أرى منه حين أشـتكي، إنما يدخل علي رسول الله صلى الله عليه وسلم فيسلم، ثم يقول: (كيف تيكم). ثم ينصرف، فذلك يريبني ولا أشـــعر بالشـــر، حتى خرجت حين نقهت، فخرجت مع أم مســـطح قبل المناصـــع، وكان متبرزنا، وكنا لا نخرج إلا ليلا إلى ليل، وذلك قبل أن نتخذ الكنف قريبا من بيوتنا، قالت: وأمرنا أمر العرب الأول في البرية قبل الغائط، وكنا نتأذى بالكنف أن نتخذها عند بيوتنا، قالت: فانطلقت أنا وأم مسطح، وهي ابنة أبي رهم ابن المطلب بن عبد مناف، وأمها بنت صـــخر بن عامر خالة أبي بكر الصـــديق، وابنها مسطح بن أثاثة بن عباد بن المطلب، فأقبلت أنا وأم مسطح قبل بيتي حين فرغنا من شـــأننا، فعثرت أم مســطح في مرطها فقالت: تعس مســطح، فقلت لها: بئس ما قلت، أتســـبين رجلا شـــهد بدرا؟ فقالت: أي هنتاه أو لم تســمعي ما قال؟ قالت: وقلت: وما قال؟ فأخرتني بقول أهل الإفك، قالت: فازددت مرضا على مرضي، فلما رجعت إلى بيتي دخل علي رسول الله صلى الله عليه وسلم فسلم، ثم قال: (كيف تيكم). فقلت له: أتأذن لي أن آتي أبوي؟ قالت: وأريد أن أستيقن الخبر من قبلهما، قالت: فأذن لي رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقلت لأمي: يا أمتاه، ماذا يتحدث الناس؟ قالت: يا بنية، هوني عليك، فوالله لقلما كانت امرأة قط وضـــيئة عند رجل يحبها، لها ضـــرائر، إلا أكثرن عليها. قالت: فقلت: ســـبحان الله، أو لقد تحدث الناس

بهذا؟ قالت: فبكيت تلك الليلة حتى أصـــبحت لا يرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم، ثم

أصــبحت أبكي، قالت: ودعا رســول الله صــلى الله عليه وســلم علي ابن أبي طالب وأسـامة بن زيد، حين اسـتلبث الوحي، يسـألهما ويسـتشـيرهما في فراق أهله، قالت: فأما أسـامة أشـار على رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم بالذي يعلم من براءة أهله، وبالذي يعلم لهم في نفســه، فقال أســامة: أهلك، ولا نعلم ألا خيرا. وأما علي فقال: يا رسول الله، لم يضيق الله عليك، والنساء سواها كثير، وسل الجارية تصدقك.

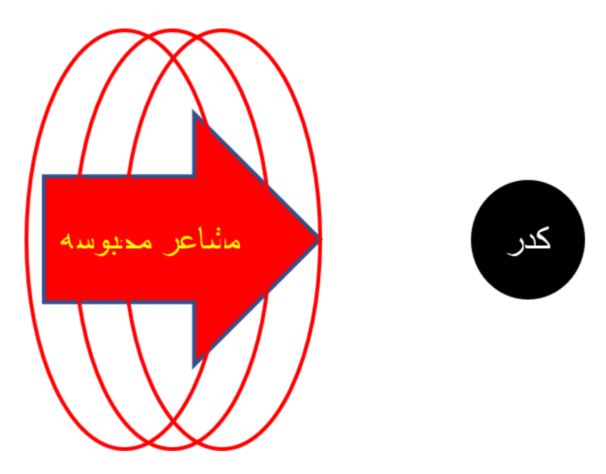
قالت: فدعا رسول الله صلى الله عليه وسلم بريرة، فقال: (أي بريرة، هل رأيت شيء يريبك). قالت له بريرة: والذي بعثك بالحق، ما رأيت عليها أمرا قط أغمصـــــه أكثر من أنها جارية حديثة الســــن، تنام عن عجين أهلها، فتأتي الداجن فتأكله، قالت: فقام رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم من يومه فاسـتعذر من عبد الله ابن أبي، وهو على المنبر، فقال: (يا معشر المسلمين، من يعذرني من رجل قد بلغني عنه أذاه في أهلي، والله ما علمت على أهلي إلا خيرا، ولقد ذكروا رجلا ما علمت عليه إلا خيرا وما يدخل على أهلي إلا معي). قالت: فقام سعد بن معاذ أخو بني عبد الأشهل فقال: أنا يا رســــول الله أعذرك، فإن كان من الأوس ضــــربت عنقه، وإن كان من إخواننا من الخزرج، أمرتنا ففعلنا أمرك. قالت: فقام رجل من الخزرج، وكانت أم حســـان بنت عمه من فخذه، وهو سـعد بن عبادة، وهو سـيد الخزرج، قالت: وكان قبل ذلك رجلا صـــالحا، ولكن احتملته الحمية، فقال لســـعد: كذبت لعمر الله لا تقتله، ولا تقدر على قتله، ولو كان من رهطك ما أحببت أن يقتل. فقام أســـيد بن حضـــير، وهو ابن عم سـعد، فقال لسـعد بن عبادة: كذبت لعمر الله لنقتلنه، فإنك منافق تجادل عن المنافقين. قالت فثار الحيان الأوس والخزرج، حتى هموا أن يقتتلوا، ورســـول الله صـــلى الله عليه وسلم قائم على المنبر، قالت: فلم يزل رسول الله صلى الله عليه وسلم يخفضهم، حتى ســكتوا وســكت، فبكيت يومي ذلك كله لا يرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم، قالت: وأصـــبح أبوي عندي، قد بكيت ليلتين ويوما، ولا يرقأ لي دمع لا أكتحل بنوم، حتى إني لأظن أن البكاء فالق كبدي، فبينا أبواي جالسان عندي وأنا أبكي، فاستأذنت علي امرأة من الأنصـــار فأذنت لها، فجلســت تبكي معي، قالت: فبينا نحن على ذلك دخل رسـول الله صـلى الله عليه وسـلم علينا فسـلم ثم جلس، قالت: لم يجلس عندي منذ قيل ما قيل قبلها، وقد لبث شـهرا لا يوحى إليه في شـأني بشـيء، قالت: فتشـهد رسـول الله صــلى الله عليه وســلم حين جلس، ثم قال: (أما بعد، يا عائشــة، إنه بلغني عنك كذا وكذا، فإن كنت بريئة، فســيبرئك الله، وإن كنت ألممت بذنب، فاســتغفري الله وتوبي

إليه، فإن العبد إذا اعترف ثم تاب، تاب الله عليه). قالت: عائشة: فلما قضى رسول الله صلى الله عليه وسلم مقالته قلص دمعي حتى ما أحس منه قطرة، فقلت لأبي: أجب رسول الله صلى الله عليه وسلم عني فيما قال، فقال أبي: والله ما أدري ما أقول لرسول الله صلى الله عليه وسلم، فقلت لأمي: أجيبي رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما قال، قالت أمي: والله ما أدري ما أقول لرسول الله صلى الله عليه وسلم، فقلت: وأنا جارية حديثة السن لا أقرأ من القرآن كثيرا: إني والله لقد علمت: لقد سمعتم هذا الحديث حتى استقر في أنفسكم وصدقتم به، فلئن قلت لكم: إني بريئة، لا تصدقوني، ولئن اعترفت لكم بأمر، والله يعلم أني منه بريئة، لتصدقني، فوالله لا أجد لي ولكم مثلا إلا أبا يوسف حين قال: {فصبر جميل والله المستعان على ما تصفون}. ثم تحولت واضطجعت على فراشي، والله يعلم أني حينئذ بريئة، وأن الله مبرئي ببراءتي، ولكن والله ما كنت أظن أن الله منزل في شأني وحيا يتلى، لشأني في نفسي كان أحقر من أن يتكلم الله في بأمر، ولكني كنت أرجو أن يرى رسول الله صلى الله عليه وسلم في النوم رؤيا يبرئني الله بها، فوالله ما رام رسول الله صلى الله عليه وسلم مجلسه، ولا خرج أحد من أهل البيت، حتى أنزل عليه، فأخذه ما كان يأخذه من البرحاء، حتى إنه ليتحدر منه العرق مثل الجمان، وهو في يوم شات، من ثقل القرآن الذي أنزل عليه، قالت: فسرى عن رسول الله صلى الله عليه وسلم وهو يضحك، فكانت أو كلمة تكلم بها أن قال: (يا عائشة، أما والله فقد برأك). فقالت لي أمي: قومي إليه، فقلت: والله لا أقوم إليه، فإني لا أحمد إلا الله عز وجل، قالت: وأنزل الله تعالى: {إن الذين جاؤوا بالإفك عصبة منكم}. العشر الآيات، ثم أنزل الله هذا في براءتي، قال أبو بكر الصديق، وكان ينفق على مسطح بن أثاثة لقرابته منه وفقره: والله لا أنفق على مسطح شيئا أبدا، بعد الذي قال لعائشة ما قال. فأنزل الله: {ولا يأتل أولوا الفضل منكم - إلى قوله - غفور رحيم}. قال أبو بكر الصديق: بلى والله إني لأحب أن يغفر الله لي، فرجع إلى مسطح النفقة التي ينفق عليه، وقال: والله لا أنزعها منه أبدا، قالت عائشة: وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم سأل زينب بنت جحش عن أمري، فقال لزينب: ماذا علمت، أو رأيت). فقالت: يا رسول الله أحمي سمعي وبصري، والله ما علمت إلا خيرا، قالت عائشة: وهي التي كانت تساميني من أزواج النبي صلى الله عليه وسلم فعصمها الله بالورع. قالت: وطفقت أختها تحارب لها، فهلكت فيمن هلك.

فما الذي نستنجه من سلوك أم المؤمنين رضي الله عنها، وسلوك رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم في تعاملهما مع المشاعر؟

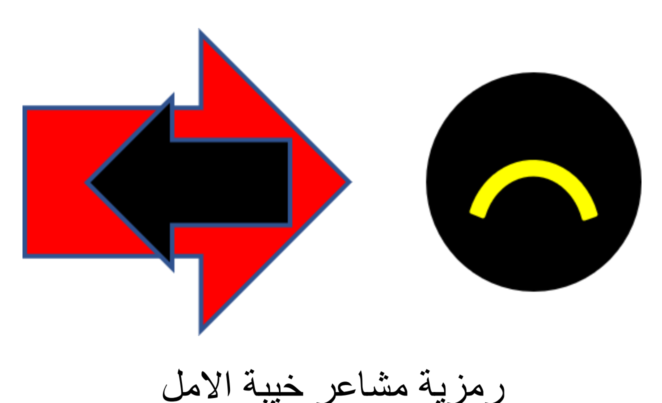
أولا: حبس المشاعر

في ظل بيئة تقول فيها هند بنت عتبة في بيعتها لرسول الله صلى الله عليه وسلم (أوَ تزني الحرة؟)، جاء المنافقون بما يخالف عرف هذه البيئة الطاهرة، ليزداد رسولنا الكريم همّا وألما حين يكون ما أصابه به المنافقون في عرضه، ثم نراه يقول وهو كاظم مشاعره: (كيف تيكم) ثم ينصرف، فتقول عائشة: فذلك يريبني ولا أشعر بالشر، حتى خرجت حين نقهت.



ثانيا: خيبة الامل

خيبة الامل الناجمة عن مشاعر جاءت من مسطح وعلي بن ابي طالب، إذ قالت: وأما على رضي الله عنه فقال: يا رسول الله، لم يضيق الله عليك، والنساء سواها كثير، وسل الجارية تصدقك.



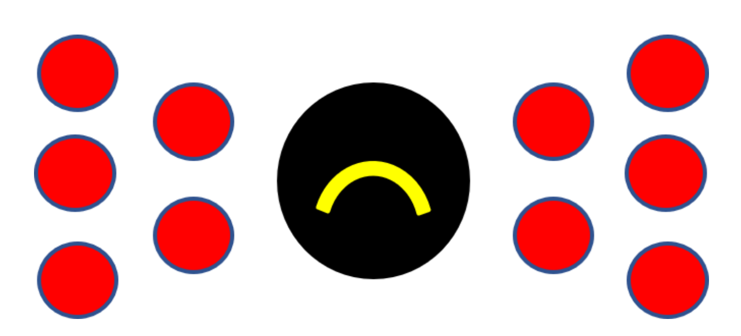
رمزية مشاعر خيبة الامل

ثالثا: حين يتم تداول أمرك على ملأ

قام رسول الله صلى الله عليه وسلم من يومه فاستعذر من عبد الله ابن أبي، وهو على المنبر، فقال: (يا معشـــر المســـلمين، من يعذرني من رجل قد بلغني عنه أذاه في أهلي... قالت فثار الحيان الأوس والخزرج، حتى هموا أن يقتتلوا، ورسول الله صلى الله عليه وسلم قائم على المنبر)

نلاحظ في هذا الموقف مقدار الضـــغط النفســـي المتعدد الطبقات الذي جثم على قلب أمنا عائشة رضوان الله عليها، حين يتم تداول امرها على ملئ من القوم، يتلوه ضغط آخر كون زوجها هو من دعا القوم، فهي لن تجد ظهيرا بعد أقرب من زوجها للتخفيف مما هي فيه من أزمة، وضـــغط آخر عبر ما تعانيه من مرض، ثم ضـــغط صغر سنها حيث كانت في الثالثة عشر.

فما كان منها سوى الاستعانة بالصبر واللجوء الى حكم الله.



رمزية تداول أمرك على ملأ

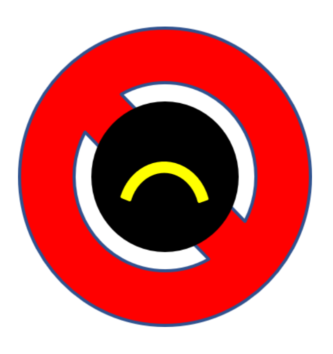
رابعا: مشاعر الشك

نلاحظ كيف تمكن الرسول في الحد من وساوس الشيطان ان يغلبه في تلوين مشاعره بالبغض مثلا.

ونلاحظ قبول عائشـــة في ان تكون نموذجا يســـطره الله في قرآنه، وقد اســـتعرض القرآن نماذج عديدة كنموذج إبراهيم مع إســـماعيل عليهما الســـلام، ونموذج يعقوب

عليه السـلام مع ابناءه مع أخيهم يوسـف عليه السـلام، ونموذج نوح عليه السـلام مع ابنه.

كمـا لاحظنـا الاحترام المتبـادل فيمـا بينهمـا في تـداول الأمر، والغول فيـه برفق حين فاتحها إذ قال: (أما بعد، يا عائشـــة، إنه بلغني عنكك كذا وكذا، فإن كنت بريئة، فســـيبرئك الله، وإن كنت ألممت بذنب، فاســـتغفري الله وتوبي إليه، فإن العبد إذا اعترف ثم تاب، تاب الله عليه)



رمزية مشاعر الشك

خامسا: مشاعر التوقع

ولكن والله ما كنت أظن أن الله منزل في شأني وحيا يتلى، لشأني في نفسي كان أحقر من أن يتكلم الله في بأمر، ولكني كنت أرجو أن يرى رسول الله صلى الله عليه وسلم في النوم رؤيا يبرئني الله بها.



رمزية مشاعر التوقع

سادسا: تحول مسار المشاعر

فقالت لي أمي: قومي إليه، فقلت: والله لا أقوم إليه، فإني لا أحمد إلا الله عز وجل.

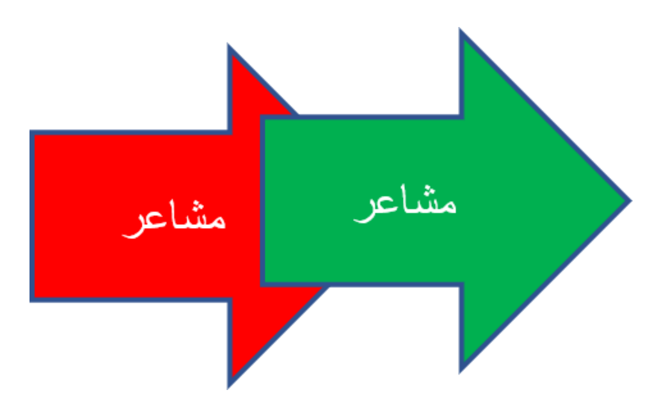


مشاعر: مشاعر البغض

قال أبو بكر الصديق، وكان ينفق على مسطح بن أثاثة لقرابته منه وفقره: والله لا أنفق على مسطح شيئا أبدا، بعد الذي قال لعائشة ما قال. فأنزل الله: {ولا يأتل أولوا الفضل منكم - إلى قوله - غفور رحيم}. قال أبو بكر الصديق: بلى والله إني لأحب أن يغفر الله لي، فرجع إلى مسطح النفقة التي ينفق عليه مطوعا مشاعره لوفق ما أمر الله به.

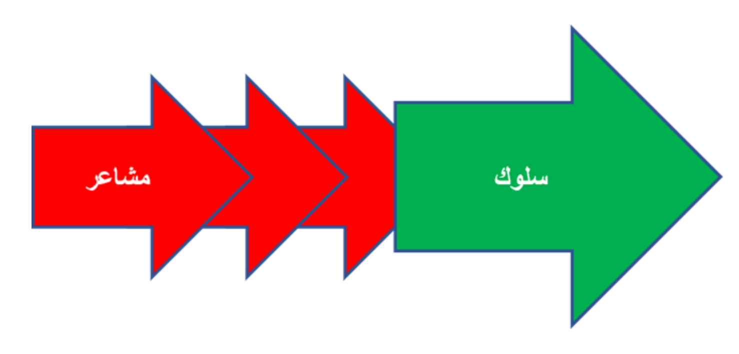
تطبيقات عما استعرضناه من مسارات برمجة القيم عبر طبقة المشاعر لنعزز لما يلي:

أولا: تعزيز المشاعر واثراءها

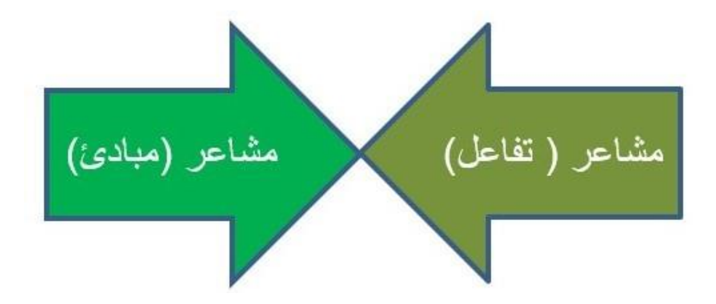


فلعلنا مع المشـــاعر الإيجابية المنبعثة من المتلقي نعززها فنعمق لها تارة ونبســط ونوســع فيها تارة متأملين التعزيز المناســب لبرمجة القيمة محل الغرس، فحين نجد تجاوبا ندركه عبر دمعة، أو حركة ناتجة عن تحفز قلبي اثناء ســرد قصـــة، أو في مداولاتنا الحوارية لحدث.

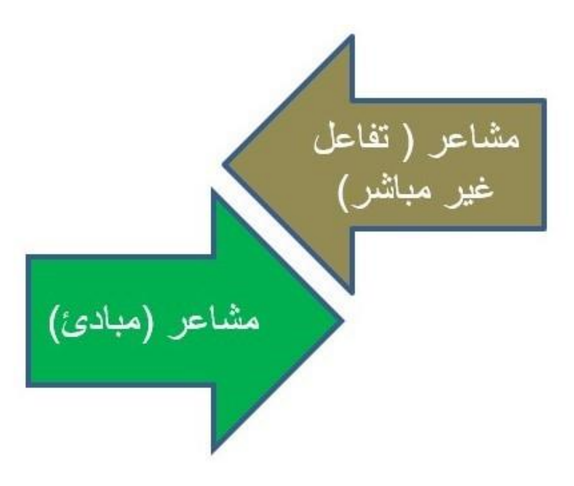
ثانيا: المبادءة بالســلوك كقدوة بغرض تحفيز المســتمع للاقتداء، فان كان في الحث على الانفاق بالتبرع للفقراء فنعزز خطابنا بفعل ســلوكي بالتبرع، ولعلك في ذلك نمتثل ﴿إِن تُبۡدُواْ ٱلصَّدَقَٰتِ فَنِعِمَّا هِيَۖ وَإِن تُخۡفُوهَا وَتُؤۡتُوهَا ٱلۡفُقَرَآءَ فَهُوَ خَيۡرٞ لَّكُمۡۚ وَيُكَفِّرُ عَنكُم مِّن سَيِّـَٔاتِكُمۡۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ خَبِيرٞ﴾]البقرة ٢٧١



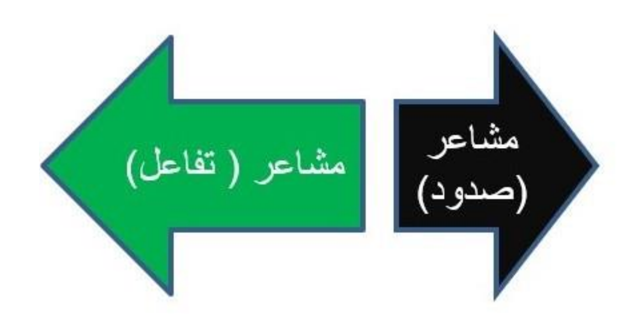
ثالثا: مشاعر التفاعل تكون بتعزيز القيمة محل الغرس بخطاب من شخص آخر، أو بتنويع وسائل غرس ذات الخطاب.



رابع: التلميح أسـلوبا في التعزيز للقيمة وهو ما تتم فيه البرمجة للقيم بأسـلوب غير مباشـر، في مثل لعل الذي سـاهم اليوم وسـعى في حل معضـلة إنسـان، أن يكون قد دخل في حديث رسولنا الكريم من سعى في حاجة أخيه.



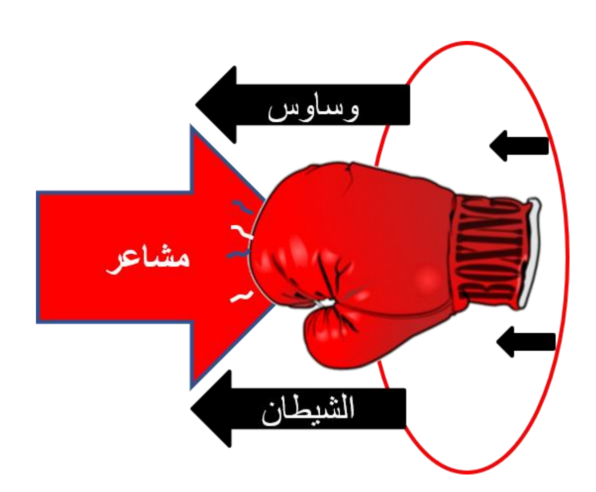
خامسـا: عدم التجاذب مع الطرف المقابل معربا عن خيبة امل نحوه أو حزن لعدم امتثاله، في مثل أن تبلغه بأنك لن تعد تتواصـل معه لحين أن يقلع عما اقترفه من سلوك حال كان مستمرا في سلوكه.



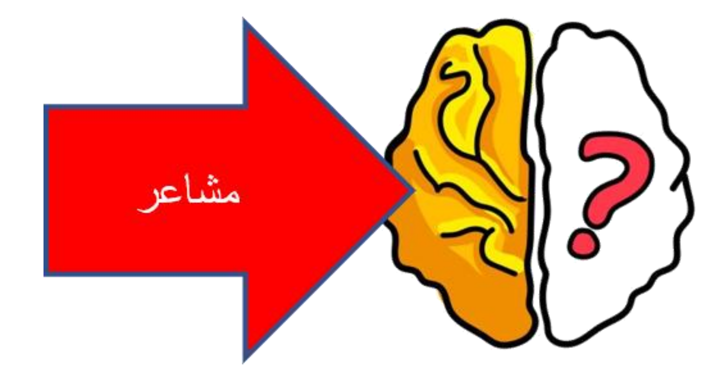
سادسا: تغليف المشاعر بما يصعب إدراك ما تتواصل به نحو الآخر، كقبول أو رفض، أسلوب لا يحبذ استعماله.



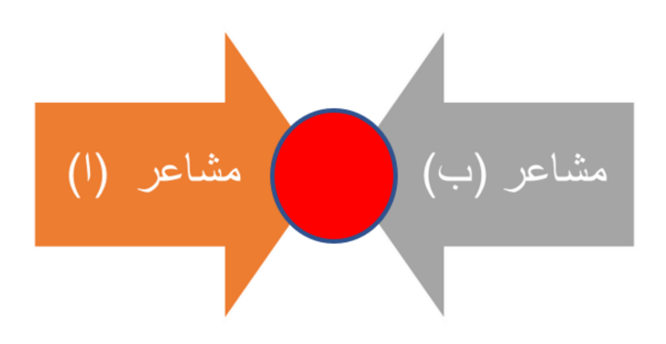
سابعا: الابتعاد عن الصدمات النفسية المفاجئة للآخر، فهي مسار يدخل الاخر في وساوس الشيطان، وتلطف في مراعاة مسألة إيقاف المشاعر باعتماد المنطق ما استطعت حال رغبت بانتزاع مشاعر الاخر السلبية.



ثامنا: تعامل بحكمة في انتزاع مشاعر الطرف المقابل السلبية مدركا من ان الطرف المقابل قد يكون مستثارا بانفعالاته عن منطق لا عن عاطفة.

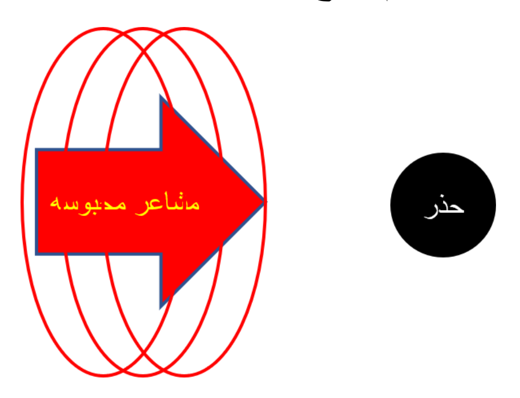


تاسعا: تآزر المشاعر واكد على انسجامها مع المجموع لدفع المقابل للالتزام؟

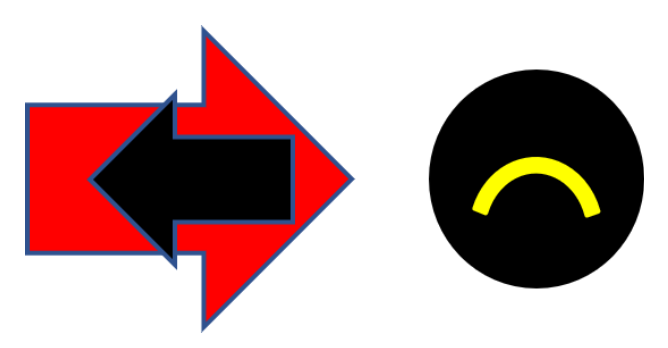


عاشرا: حبس المشاعر

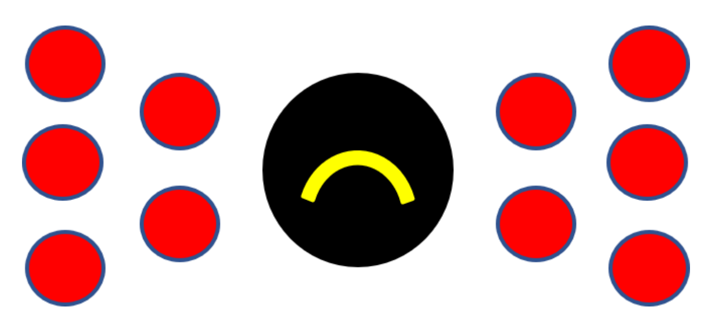
بادر بالتعرف على أحوال الاخر – بقدر- إن لم تكن متأكدا مما أقدم عليه من خطأ، مع ملاحظة القيام بواجب السؤال بحكم نوع العلاقة ودرجة المسؤولية.



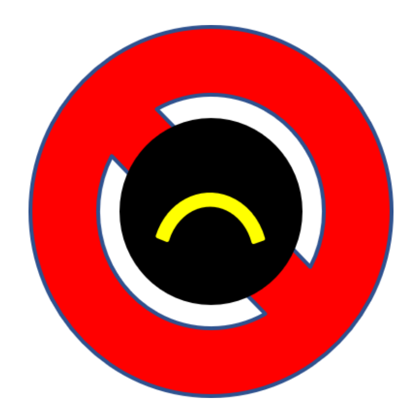
حادي عشر: مع خيبة الامل، تحاشى أن تكره ممن قد توسمت منه دعما فلم يدعمك.



ثاني عشر: في تداول أمر الآخرين على ملأ، لعل في تداول أمر صديق لك على ملأ من القوم فيه توجيه سلوكي للجميع، حال صار ما أقدم عليه من سلوك مشين على السنة القوم، فيكون النصح والإرشاد جماعيا لا من فرد لفرد، وليكون ما ينصب عليه اهتمامك حينها في حسن إدارة السلوك من قبل الجميع حين تفيض المشاعر منهم.



ثالث عشر: مع مشاعر الشك، تقديم التلطف بالحوار عوضا عن الممتزجة بالشك، وتغليب العفو ومغفرة الله بحكم ان الجميع يخطئ.



رابع عشر: في نصحك للمبتلى، إن أدركت سلامة سلوكه، قدم ما يعينه على التفاؤل بما سيقدره الله له، واصرف عنه فيما يرد إليه من وساوس الشيطان من سوء عاقبة.

وليكن اليقين بالله الذي سيخرجه بخروج من عنده، لا وفق ما نتوقعه من عندنا.

والنصح بالابتعاد عن التشفي حين يتحصحص الحق، بل بالمسارعة بشكر المنان المتفضل بالهداية والارشاد.



خامس عشر: الظن بالله خيرا يمنحك ما لم تكن تتوقعه، ويعزز فيك التوازن، عبر ما يفيض به عليك من مشاعر الود والجبر، وهو ما يعزز للعقيدة السليمة الصافية حين يتم اللجوء إلى المُعين سبحانه.



سادس عشر: في إدارة مشاعر البغض، من الممكن إدارة المشاعر السلبية أي كان نوعها ودرجتها، وإدارتها يكون بحسن توجيهها بما يجعلها وفق مسار يدرك عبرها المخطئ خطأه ليستجيب.

إن جميع ما أنت فيه من المنن إنما هي من الله وليست منك، وما أنت الا امتداد لمننه وعطاياه حين وهبك لتهب، واجعل لما تهبه مع المشاعر ما يجعل للحياة بهجة.

المشاعر مع الأسماء وصفات الله سبحانه وتعالى

ومع أسماء الله وصفاته، نجد المشاعر مبثوثة مع كافة الأسماء، فهو الرحمن الرحيم، فمع الرحيم يكون قد أحاط برحمته العباد، ومن صفة الودود يكون قد تقرب

إليهم، فقد جاء في حديث قدسي (إذا تَقَرَّبَ العَبْدُ مِنِّي شِبْرًا تَقَرَّبْتُ منه ذِراعًا، وإذا تَقَرَّبَ مِنِّي ذِراعًا تَقَرَّبْتُ منه باعًا، - أوْ بُوعًا-) أبو هريرة |المحدث : البخاري |المصدر : صحيح البخاري

وهو الكريم والرزاق والمعطي فتعدد مســارات العطاء ينم عن تقريب لا ابعاد ونبذ، ومع الرؤوف ومع الباســط القابض فكيف يكون بســطا إلا عن قبول وتقريب، ومع التواب حين نجده يتوب لنتوب، فهو يقدم توبته على توبتنا كي نتوب، ومع الغفار والغفور فيغفر سوء طبعنا وسلوكنا المشين نحوه حين نعود مستغفرين، وهو العفو حين يمحو عنا السيئات فلا يعود في سجلاتنا سيئات عما اقترفناه من آثام.

ثم نراه يطلب من عباده أن يتخلقوا بصـــفاته، وفي طلب التخلق ما ينم عن تحبب وتودد وترغيب بالمعية مع الله، فلنتصــور عبدا يمارس- متخلقا بتلك الصــفات - مع الناس من حوله كيف ســيكون رأي الناس به؟ فمزيج الصــفات تلك تبعث بمشــاعر متنوعة مع الآخر في التحبب والتقريب، وهي تبث بتلك المشـــاعر بشـــكل عملي وميداني، يمارس عبرها المرســـل قيمه ليبين كيف يمكننا أن نفعل ونمارس كل قيمة على حدى، ولنتصــور حينئذ حين تعم الممارســة القيمية فيما بين البشــر فما يكون إلا الانعكاس في الحد من الأزمات النفســـية بأنواعها، والشـــذوذ الســـلوكي بأنواعه، وانخفاض في معدلات الجرائم بأنواعها، تلك هي المشـــاعر حين تفعل في غرســـنا للقيم.

وعليه يمكننا أن نقول إن ثمة مسارين في تعاملنا مع المشاعر:

1- أســلوب تقويم الســلوك عبر تفعيل طبقة المشــاعر في غرســنا للقيم، وهو ما استعرضنا له في مبحثنا هذا.
2- أســلوب (التقويم) وهو ما نجده في القرآن في مثل قصـــة نبينا موســـى عليه السـلام، وهو ما يمكن أن نسـتفيد منه في الحد فيما ينتاب البعض من مشـاعر كالاكتئاب والخوف والحزن على سبيل المثال.

فنلاحظ مع مشاعر الخوف التي كانت تنتاب نبينا موسى عليه السلام، وتهذيبها الذي جاء عبر مراحل، والذي كان بجلاء عبر محطات فوفق ما ذكرت في القرآن فقد انتزع الله مشاعر الخوف من نفس نبينا موسى عليه السلام عبر أسلوب من:

1- التمرحل.
2- تعزيز الصلة بصفات الله وأسماءه.
3- تعزيز الشعور بمعية الله له.
4- تمكين موسى من مطالعة الحقيقة وعدم الانخداع بدائرة الواقع.

أ. ﴿فَأَصۡبَحَ فِي ٱلۡمَدِينَةِ خَآئِفٗا يَتَرَقَّبُ فَإِذَا ٱلَّذِي ٱسۡتَنصَرَهُۥ بِٱلۡأَمۡسِ يَسۡتَصۡرِخُهُۥۚ قَالَ لَهُۥ مُوسَىٰٓ إِنَّكَ لَغَوِيّٞ مُّبِينٞ﴾ [القصص ١٨]

ب. ﴿فَجَآءَتۡهُ إِحۡدَىٰهُمَا تَمۡشِي عَلَى ٱسۡتِحۡيَآءٖ قَالَتۡ إِنَّ أَبِي يَدۡعُوكَ لِيَجۡزِيَكَ أَجۡرَ مَا سَقَيۡتَ لَنَاۚ فَلَمَّا جَآءَهُۥ وَقَصَّ عَلَيۡهِ ٱلۡقَصَصَ قَالَ لَا تَخَفۡۖ نَجَوۡتَ مِنَ ٱلۡقَوۡمِ ٱلظَّٰلِمِينَ﴾ [القصص ٢٥]

ت. ﴿وَأَنۡ أَلۡقِ عَصَاكَۚ فَلَمَّا رَءَاهَا تَهۡتَزُّ كَأَنَّهَا جَآنّٞ وَلَّىٰ مُدۡبِرٗا وَلَمۡ يُعَقِّبۡۚ يَٰمُوسَىٰٓ أَقۡبِلۡ وَلَا تَخَفۡۖ إِنَّكَ مِنَ ٱلۡأٓمِنِينَ ٣١ ٱسۡلُكۡ يَدَكَ فِي جَيۡبِكَ تَخۡرُجۡ بَيۡضَآءَ مِنۡ غَيۡرِ سُوٓءٖ وَٱضۡمُمۡ إِلَيۡكَ جَنَاحَكَ مِنَ ٱلرَّهۡبِۖ فَذَٰنِكَ بُرۡهَٰنَانِ مِن رَّبِّكَ إِلَىٰ فِرۡعَوۡنَ وَمَلَإِيْهِۦٓۚ إِنَّهُمۡ كَانُواْ قَوۡمٗا فَٰسِقِينَ ٣٢﴾ [القصص ٣١-٣٢]

ث. ﴿وَأَنۡ أَلۡقِ عَصَاكَۚ فَلَمَّا رَءَاهَا تَهۡتَزُّ كَأَنَّهَا جَآنّٞ وَلَّىٰ مُدۡبِرٗا وَلَمۡ يُعَقِّبۡۚ يَٰمُوسَىٰٓ أَقۡبِلۡ وَلَا تَخَفۡۖ إِنَّكَ مِنَ ٱلۡأٓمِنِينَ ٣١ ٱسۡلُكۡ يَدَكَ فِي جَيۡبِكَ تَخۡرُجۡ بَيۡضَآءَ مِنۡ غَيۡرِ سُوٓءٖ وَٱضۡمُمۡ إِلَيۡكَ جَنَاحَكَ مِنَ ٱلرَّهۡبِۖ فَذَٰنِكَ بُرۡهَٰنَانِ مِن رَّبِّكَ إِلَىٰ فِرۡعَوۡنَ وَمَلَإِيْهِۦٓۚ إِنَّهُمۡ كَانُواْ قَوۡمٗا فَٰسِقِينَ ٣٢﴾ [القصص ٣١-٣٢]

ج. ﴿يَٰمُوسَىٰٓ إِنَّهُۥٓ أَنَا ٱللَّهُ ٱلۡعَزِيزُ ٱلۡحَكِيمُ ٩ وَأَلۡقِ عَصَاكَۚ فَلَمَّا رَءَاهَا تَهۡتَزُّ كَأَنَّهَا جَآنّٞ وَلَّىٰ مُدۡبِرٗا وَلَمۡ يُعَقِّبۡۚ يَٰمُوسَىٰ لَا تَخَفۡ إِنِّي لَا يَخَافُ لَدَيَّ ٱلۡمُرۡسَلُونَ ١٠ إِلَّا مَن ظَلَمَ ثُمَّ بَدَّلَ حُسۡنَۢا بَعۡدَ سُوٓءٖ فَإِنِّي غَفُورٞ رَّحِيمٞ ١١﴾]النمل ٩-١١[

ح. ﴿فَلَمَّا تَرَٰٓءَا ٱلۡجَمۡعَانِ قَالَ أَصۡحَٰبُ مُوسَىٰٓ إِنَّا لَمُدۡرَكُونَ ٦١ قَالَ كَلَّآۖ إِنَّ مَعِيَ رَبِّي سَيَهۡدِينِ ٦٢ فَأَوۡحَيۡنَآ إِلَىٰ مُوسَىٰٓ أَنِ ٱضۡرِب بِّعَصَاكَ ٱلۡبَحۡرَۖ فَٱنفَلَقَ فَكَانَ كُلُّ فِرۡقٖ كَٱلطَّوۡدِ ٱلۡعَظِيمِ ٦٣﴾]الشعراء ٦١-٦٣[

وفي الحد من المشاعر السالبة نجد توجيها مباشرا أيضا في مثل:

نوع المشاعر	الآية القرآنية
في الركون إلى مباهج الدنيا	﴿وَٱصۡبِرۡ نَفۡسَكَ مَعَ ٱلَّذِينَ يَدۡعُونَ رَبَّهُم بِٱلۡغَدَوٰةِ وَٱلۡعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجۡهَهُۥۖ وَلَا تَعۡدُ عَيۡنَاكَ عَنۡهُمۡ تُرِيدُ زِينَةَ ٱلۡحَيَوٰةِ ٱلدُّنۡيَاۖ وَلَا تُطِعۡ مَنۡ أَغۡفَلۡنَا قَلۡبَهُۥ عَن ذِكۡرِنَا وَٱتَّبَعَ هَوَىٰهُ وَكَانَ أَمۡرُهُۥ فُرُطٗا﴾ الكهف ٢٨
نحو الوالدين	﴿۞ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعۡبُدُوٓاْ إِلَّآ إِيَّاهُ وَبِٱلۡوَٰلِدَيۡنِ إِحۡسَٰنًاۚ إِمَّا يَبۡلُغَنَّ عِندَكَ ٱلۡكِبَرَ أَحَدُهُمَآ أَوۡ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَآ أُفّٖ وَلَا تَنۡهَرۡهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوۡلٗا كَرِيمٗا﴾ الإسراء ٢٣
	﴿۞ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ بِٱلۡقِسۡطِ شُهَدَآءَ لِلَّهِ وَلَوۡ عَلَىٰٓ أَنفُسِكُمۡ أَوِ ٱلۡوَٰلِدَيۡنِ وَٱلۡأَقۡرَبِينَۚ إِن يَكُنۡ غَنِيًّا أَوۡ فَقِيرٗا فَٱللَّهُ أَوۡلَىٰ بِهِمَاۖ فَلَا تَتَّبِعُواْ ٱلۡهَوَىٰٓ أَن تَعۡدِلُواْۚ وَإِن تَلۡوُۥٓاْ أَوۡ تُعۡرِضُواْ فَإِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِمَا تَعۡمَلُونَ خَبِيرٗا﴾ النساء ١٣٥

نحو الابناء	يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِنَّ مِنۡ أَزۡوَٰجِكُمۡ وَأَوۡلَـٰدِكُمۡ عَدُوًّا لَّكُمۡ فَٱحۡذَرُوهُمۡۚ وَإِن تَعۡفُواْ وَتَصۡفَحُواْ وَتَغۡفِرُواْ فَإِنَّ ٱللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٤﴾ التغابن ١٢-١٤
نحو المسلمين	﴿إِنَّمَا ٱلۡمُؤۡمِنُونَ إِخۡوَةٌ فَأَصۡلِحُواْ بَيۡنَ أَخَوَيۡكُمۡۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمۡ تُرۡحَمُونَ ﴿١٠﴾ الحجرات
نحو الرسول	الان يا عمر..حيال محبة الرسول
نحو الذات	﴿يَـٰٓأَيُّهَا ٱلنَّبِيُّ لِمَ تُحَرِّمُ مَآ أَحَلَّ ٱللَّهُ لَكَۖ تَبۡتَغِي مَرۡضَاتَ أَزۡوَٰجِكَۚ وَٱللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ﴾ التحريم ١
نحو الله	عَنْ أبي هريْرَةَ، τ، عن النبيِّ ﷺ قَالَ :إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَغَارُ، وَغَيْرَةُ اللَّهِ تَعَالَى، أنْ يَأْتِيَ الْمَرْءُ مَا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ متفقٌ عَلَيهِ.
الخيلاء	﴿وَلَا تَمۡشِ فِي ٱلۡأَرۡضِ مَرَحًاۖ إِنَّكَ لَن تَخۡرِقَ ٱلۡأَرۡضَ وَلَن تَبۡلُغَ ٱلۡجِبَالَ طُولٗا ﴿٣٧﴾ ﴾ الإسراء ٣٧



الفصل الثالث

مناهج التعليم وبرمجة القيم عبر مسار المشاعر

ســــبق أن أطلقنا مجموعة من ثلاث كتب بينا فيها آلية برمجة القيم عبر الطبقات الأربع والعشرون

البرمجة الطبقية

11	التعرف على بوصلة القيم
12	تفعيل الأنشطة والمسابقات
13	مفاجئة العقل (الابداع)
14	مد زمن اللحظة
15	مزج العلوم
16	محور المواد الدراسية القيم
17	رسالة ضمنية
18	تنجيم المعلومة
19	تحويل القيمة لمنتجات (المشغولات اليدوية)
20	بوسترات الأسماء والصفات

21	المرحلة العمرية
22	القصة
23	نوادي القيم

1	مسار القيمة
2	تفعيل الحواس
3	الدوافع
4	أين إذنك يا جحى؟
5	سلالم الارتباطات
6	القصة، الحوار
7	الصورة(ق،م،ب)
8	المفاهيم
9	شقي الدماغ
10	نسبة معدل الادراك (زاوية النظر)

24- طبقة استثارة المشاعر

وفيما يلي سنبين كيف يمكن أن نغرس القيم عبر طبقة المشاعر في مناهج التعليم باستعراض بعض النماذج، كي يستهدي بها المعلمون والمرشدون لعمليات مماثلة لكافة ما يدرّسون من مواد وموضوعات.

فإن علمنا أن من خلف ستار كافة ما يحيطنا من أشياء وأحداث ومشاهد ما ينم عن مؤثرات عاطفية تستثير المشاعر، لتبقى المسألة متمحورة حول استنطاق تلك المشاعر لإبرازها لمن لا يتمكن من مطالعتها أو الإحساس بها، حتى مع الأرقام والرياضيات ثمة ما يعزز لعلاقات مشاعرية عاطفية فيما بينها، ولك أن تتعرف على ما يشكل المعادلات الرياضية حين نطالع تدرجات الألوان التي تظهر من على سطح لوح الحاسوب لندرك من أن التدرج اللوني هذا والذي يبعث مع كل لون موجة من المشاعر، إنما بنيتها التحتية معادلات رياضية معززة بالأرقام المجردة.

فالدلالات الايحائية للألوان على سبيل المثال مع:

اللون الأحمر: قوة، شغف، طاقة، مرح، جرأة.

الأزرق: ثقة، أمن، ولاء، جدارة، منطق.

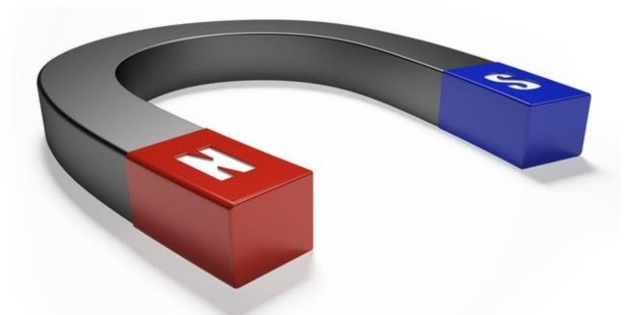
الأخضر: صحة، أمل، نمو، طبيعة، رفاهية.

وجميعها نابض بالمشاعر.

ولنبدأ بالمواد الدراسية فنبدأ بمادة العلوم

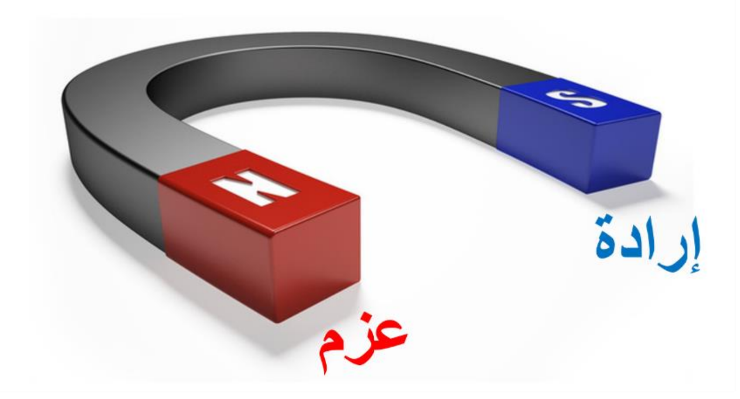
أولا: مادة العلوم

كنا قد بينا في كتبنا السابقة كيفية تناول درس "المغناطيس" من قبل معلم العلوم، وفيما يلي نبين كيف يمكننا تفعيل طبقة المشاعر عبر ذات "المغناطيس" من أجل غرس قيمتي الإرادة والعزم عبر الميزات التي يتمتع بها المغناطيس.



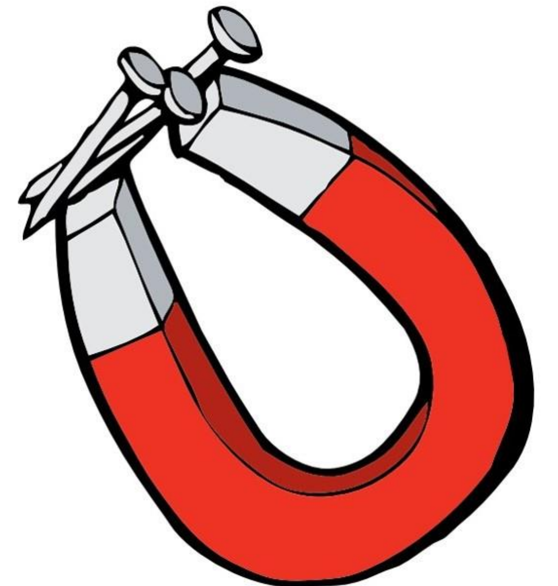
كيف نستفيد من
مميزات المغنطيس في غرس
قيمة الارادة والعزم ؟

ذلك إن كان المغنطيس وهو (جماد) إستطاع أن يغير من صفات الحديد (الجماد) فيستجيب الحديد وهو لا يعقل لاوامر المغنطيس ، ألا يمكن لعقولنا أن تستجيب للعلوم والمعارف التي نتلقاها كل يوم في المدرسة! ألا يمكن لسلوكياتنا أن تتغير !



ومع تفعيل طبقة المشاعر يمكننا ان نعزز كذلك عبر ذات الميزات بمشاعر الجذب

قدرة الجذب



إن كان للمغنطيس القدرة على جذب
المواد المدببة والحادة التي لا تعقل
فأنت بلا شك قادر علي جذب قلوب
أصدقائك، فهم يملكون قلوبا
لينة تنبض بالحياة

ثانيا: الرياضيات

الأعداد الفردية والزوجية، العلاقة فيما بين العدد الفردي والزوجي علاقة تجاور وهو ما يعني إمكانية الانتقال بشـــكل ســـلس نحو حق الجيرة وحق الجار، ولعلنا نستعرض عبر قصص الصحبة والجيرة في حق الجار على جاره ما يجعل لحظة غرس القيمة مفعمة بالمشاعر.

وبهذا الصدد يبلغني صديق لي مدى كراهيته للرياضيات والأرقام الحسابية التي لم يتمكن المعلم في مدرســـته حين كان طفلا أن يحببه ويجذبه اليها، إذ يقول: "فلو أخذ نهج المعلم أســـلوبا مغايرا لجذبي عبر ما يبهر الأطفال في حينها كالســـرعات التي تتنافس فيها مركبات السباق، أو سباق الخيل، أو زوايا يغفل عنها بعض لاعبي الكرة في تسديد أهدافهم، فتلك التطبيقات العملية للرياضيات هي ما كان يشدنا كمشاعر نحو تلك الألعاب، لقد كانت نافذة لجذبي نحو المادة غير أنه غفل عنها، فالرياضيات موجودة في كل شي من حولنا ووفق حسابات معينة والمشاعر هي من تجعل المواد العلمية البحتة محببة، فما مبرر حفظ جدول الضرب عن ظهر قلب على سبيل الثمال

إن لم يكن لهذا الحفظ واقع عملي ممارس، ويستدرك إذ يقول: حينها لم أكن أعلم أنها موجودة في سباق السيارات وكافة صنوف الألعاب بل وحتى ألعاب الرياضة".

ثالثا: الألعاب الرياضية

كيف يمكن أن نروج لحذاء رياضي بطبقة من المشاعر، ولعل العلامة التجارية "نايكي" التي صورت لنا اللاعب الرياضي "مايكل جوردن" بعبارة (Just do it) تحفزك على الحركة، فمشاعر القفزة كانت من الجذب ما جعلت الجميع متحرك.

ولعل هذا الحوار صار عبر المغناطيس عن مادة العلوم، فكيف يمكن أن أجذب غيري لقيمة حب الصلاة ليصلي بحب وجذب؟ ما هو أسلوب الجذب المناسب لجعلهم يصلون، ما هي مشاعر الجذب مقابل أسلوب قد يكون منفرا في مثل عبارة "اذا ما صليت راح تروح النار"!

فلعل حين تكون الصلاة نوع من أنواع الشكر، عبر ﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ﴾ [إبراهيم ٧]، تصبح عملية الجذب عبر أسلوب المكافأة لا العقاب أوقع، وعليه نرشد المعلم أن يكون مسار البرمجة للقيمة عبر طبقة المشاعر وفق ما يلي:

أ- فمن المادة المقررة التعليمية اختر موضوعا.

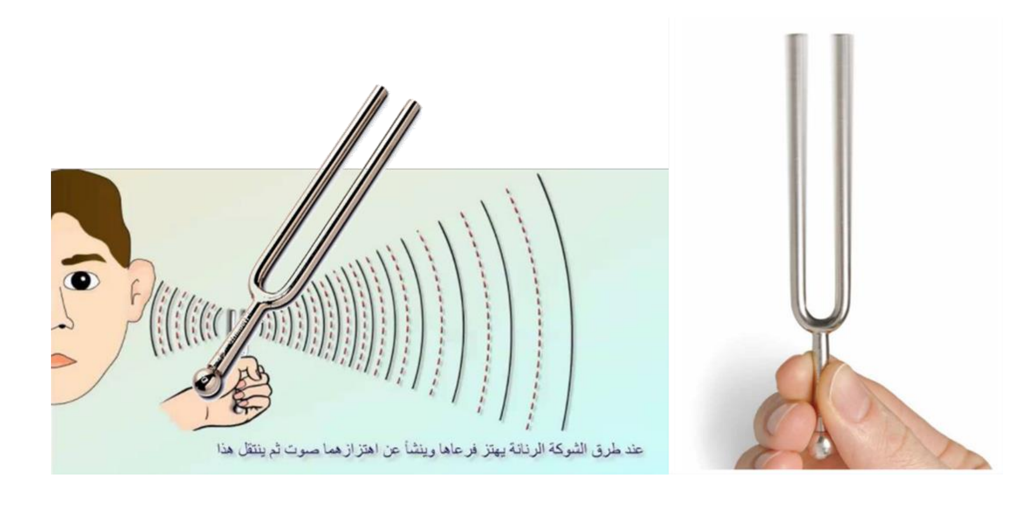
ب- عبر كلمة مفتاحية "محورية" في موضوع الدرس اوجد ما يشكل لعلاقة مع القيمة التي تود غرسها.

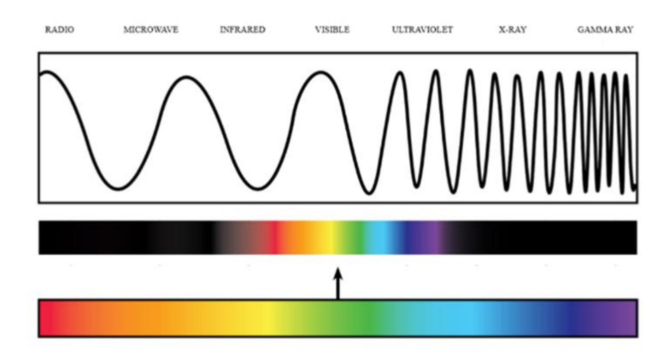
ت- عبر عصف ذهني استعرض ما يمكن أن يشكل علاقة مع تلك الكلمة المفتاحية.

ث- اعتمد أسلوب سلالم العلاقات كي تعزز مسار العلاقة بين القيمة والكلمة وعبر مشاعر الجذب كمسار يؤكد على القيمة المطلوبة.

رابعا: مادة الفيزياء

عبر ما تبثه الشوكة الرنانة من موجات يصعب ادراكها سماعيا كما يصعب مطالعتها عبر حاسة البصر، غير أنها موجودة واقعا، كذلك المشاعر في تأثيرها على المحيط الذي نحن فيه، بل هي أبلغ حين تساعدنا علوم الفيزياء في تخزينها لنطلقها مجددا ولعدد لا حصر له من المرات، عبر شاشات التلفاز والإذاعة والحواسيب، فها نحن نطالع عبر مشهد مصور بالفيديو دمعة يتيم أو أم فرحة بولدها الذي حاز ريادة دولية، فالمشاعر قابلة للانتقال والاختزان وعلوم الفيزياء هي من تمكننا من فعل ذلك.





الطاقة الضوئية من الشمس وموجاتها

وطيف الشمس إذ هو تشكيل لوني ينتج عن اختلاف أطوال الموجات الضوئية وانكسارها في السماء، ينتج عن عمليات حسابية دقيقة، ولا يظهر إلا للحظات لا تدوم، ذلك لاعتبارات حسابية دقيقة لتمنحنا ما يبهج الأسارير، ويعزز لانشراح الأنفس والاطمئنان لجمال ما نحن فيه من كون وإله حي قيوم لشؤون كونه، مشاعر يبعثها خالق هذا الكون لعباده ليدركوا عظيم شأنه وقدراته ليستجيبوا، وما كان تواصل كهذا ليتم لولا قوانين فيزيائية ورياضية لخالق هذا الكون.

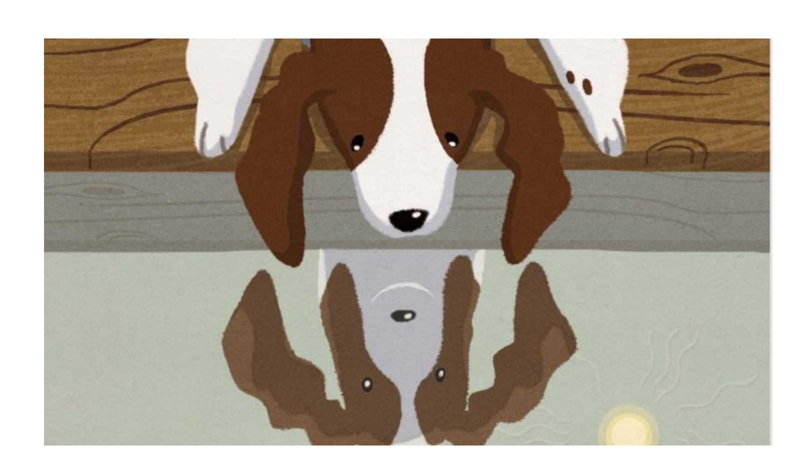




لاحظ أشـعة الشـمس حين تتخلل كل ورقة من على غصـن شـجره، لتمنحها فرصـة إطلاق غاز الأكسجين وانتزاع غاز ثاني أكسيد الكربون من الأجواء، كل ورقة تقوم بذلك بقدر لتطلق على ضـوء ذلك نسـبة محددة من غاز الحياة لتعينك على حسن الأداء، أي رعاية هذه يبديها خالق هذا الكون لخلقه.

خامسا: مادة العلوم

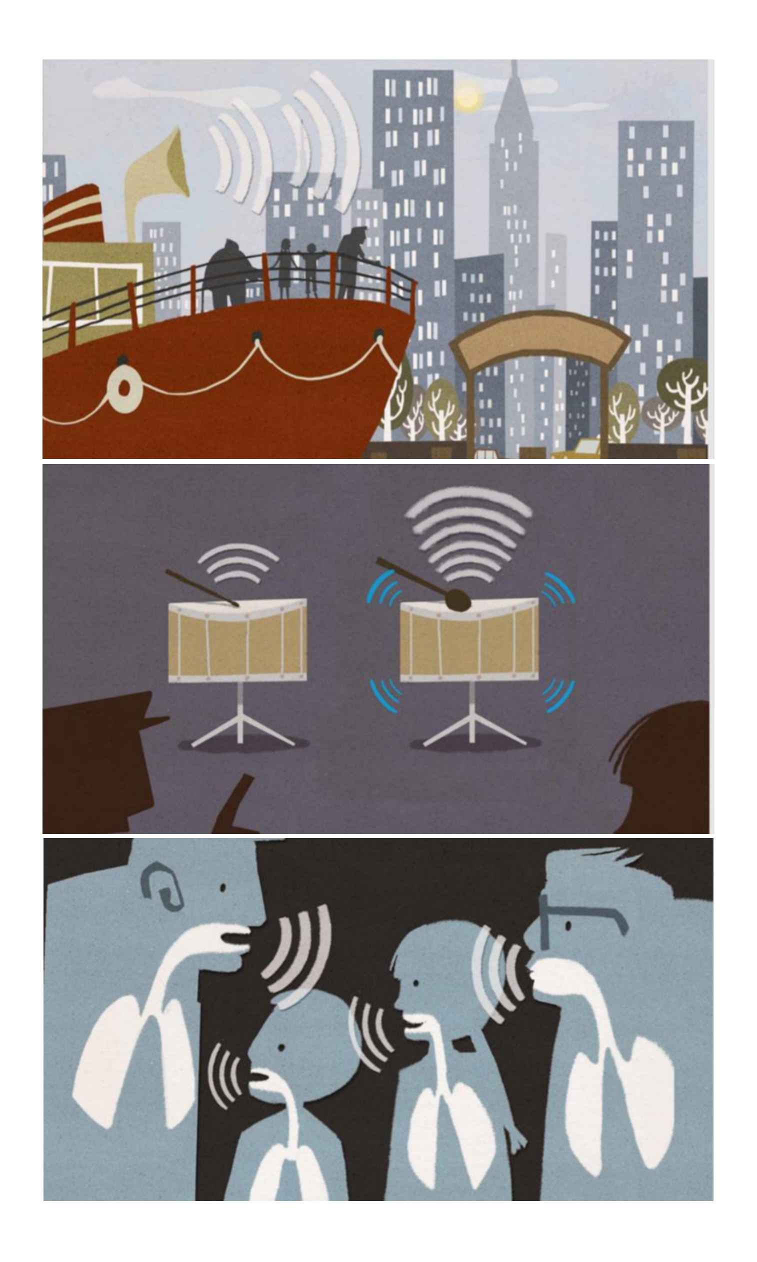
موضوع الإنعكاس في الضوء، ماذا يقول لنا إنعكس صورنا في الماء أو عبر الصور الظليلة؟



فظاهرة الإنعكاس الرياضـــية التي تعزز لدرس التماثل والتناظر للزوايا والأشكال، تبلغنا أنّ الصور المنعكسة إنما هي صور ليست حقيقية، وكذلك ما نحن فيه من واقع ليس إلّا واقع وثمة حقيقة لا تدرك إلّا حين تقرأ (بســم ربك الذي خلق).

الموجات الصوتية

تزخر الحياة من حولنا بألوان من الأصـوات تموج في فضـاء رحب، سـواء كنت في بيت منعزل أو مدينة مكتظة بالسكان أو عبر أساليب المواصلات



فكافة المخلوقات من حولنا جهزها الله بصورة ووظيفة وأصوات، فلعلك تدرك تواصـــلها معك حين تصـــدر صـــوتا حتى لو لم تكن تطالعها، فلخرير الماء صـوت يختلف عن صـوت ارتطام لوح خشـبي، ولسـقوط قطعة معدنية على طاولة من خشـب يختلف عن صـوت سـقوطها على طاولة من حديد، فمع كل شـــيء من حولنا ما يميزه صـــوتا ومع كل صـــوت منها ما يبعث بمشـــاعر، فمشـــاعر حفيف ورق الشـــجر حين تهب الرياح يبلغك بمســـار من الانســـجام والاطمئنان في حين صـوت الرعد إن اشـتد يبعث فيك الخشـية والخوف، وفي

خلق الله ما ينم عن ابداع اذ جعل لكل منا موجة صوتية يدركها الاخرون حين تتواصل معهم عن بعد.

سادسا: التربية الإسلامية

﴿فَمَا بَكَتۡ عَلَيۡهِمُ ٱلسَّمَآءُ وَٱلۡأَرۡضُ وَمَا كَانُواْ مُنظَرِينَ ﴿٢٩﴾﴾ الدخان
فتلك المشاعر، هي من مشاعر الحسرة والبركة حين يُرفعان.

(وَمِنَ ٱلۡجِبَالِ جُدَدُۢ بِيضٞ وَحُمۡرٞ مُّخۡتَلِفٌ أَلۡوَٰنُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٞ ﴿٢﴾) فاطر



الجبال الملونه في الصين

﴿وَقِيلَ يَٰٓأَرۡضُ ٱبۡلَعِي مَآءَكِ وَيَٰسَمَآءُ أَقۡلِعِي وَغِيضَ ٱلۡمَآءُ وَقُضِيَ ٱلۡأَمۡرُ وَٱسۡتَوَتۡ عَلَى ٱلۡجُودِيِّۖ وَقِيلَ بُعۡدٗا لِّلۡقَوۡمِ ٱلظَّٰلِمِينَ﴾ هود ٤٤

﴿ ثُمَّ ٱسۡتَوَىٰٓ إِلَى ٱلسَّمَآءِ وَهِيَ دُخَانٞ فَقَالَ لَهَا وَلِلۡأَرۡضِ ٱئۡتِيَا طَوۡعًا أَوۡ كَرۡهٗا قَالَتَآ أَتَيۡنَا طَآئِعِينَ ﴿١١﴾﴾ فصلت ١٠-١١

﴿ وَلَقَدۡ ءَاتَيۡنَا دَاوُۥدَ مِنَّا فَضۡلٗاۖ يَٰجِبَالُ أَوِّبِي مَعَهُۥ وَٱلطَّيۡرَۖ وَأَلَنَّا لَهُ ٱلۡحَدِيدَ ﴿١٠﴾ ﴾ سبأ ١٠

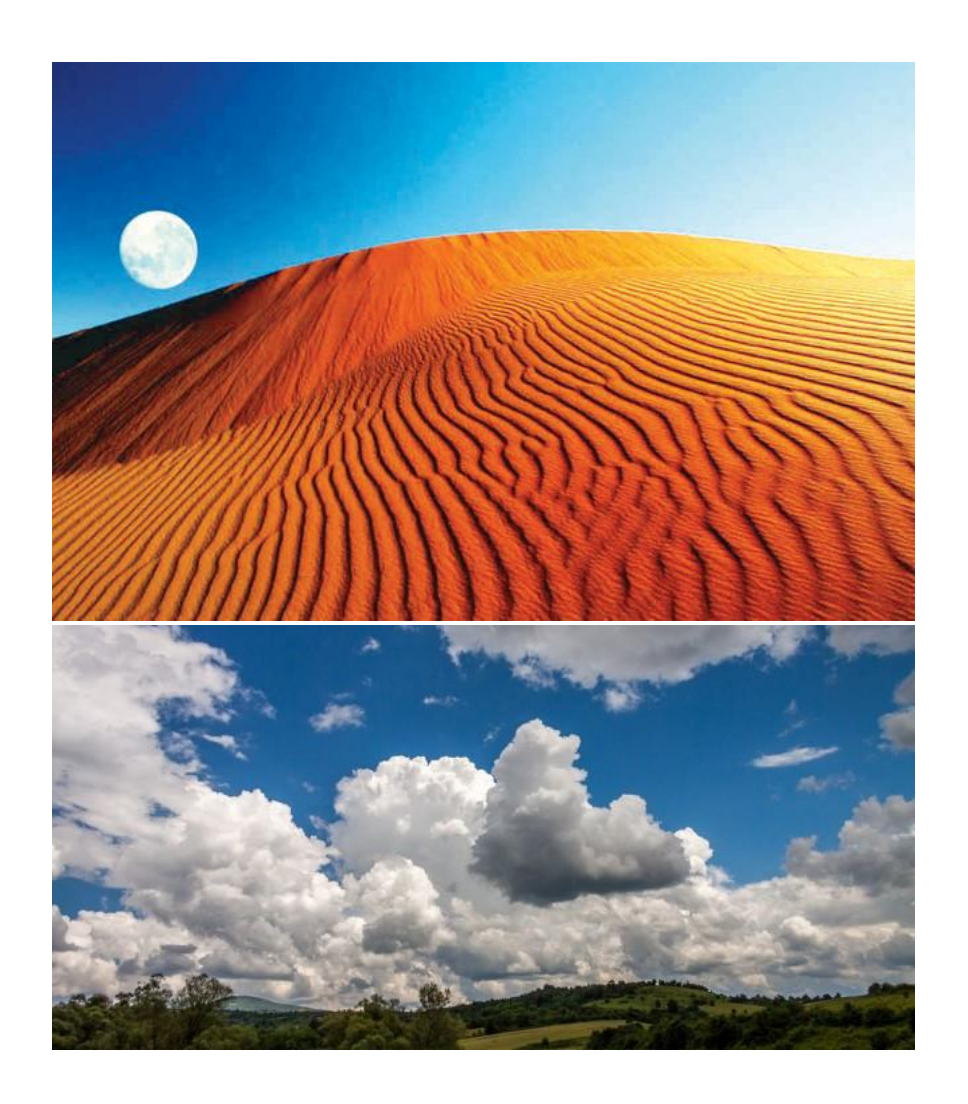
مشاعر الود عبر تطويع سمات الحديد ليلين بين يدك

ومشاعر الود حين يرفع أثر الاحراق

قُلْنَا يَٰنَارُ كُونِى بَرْدًا وَسَلَٰمًا عَلَىٰٓ إِبْرَٰهِيمَ ﴿٦٩﴾

سابعا: التربية الفنية

فمع الكثبان في الصحراء، ومع الغيوم في السماء، ومع الماء في المحيطات





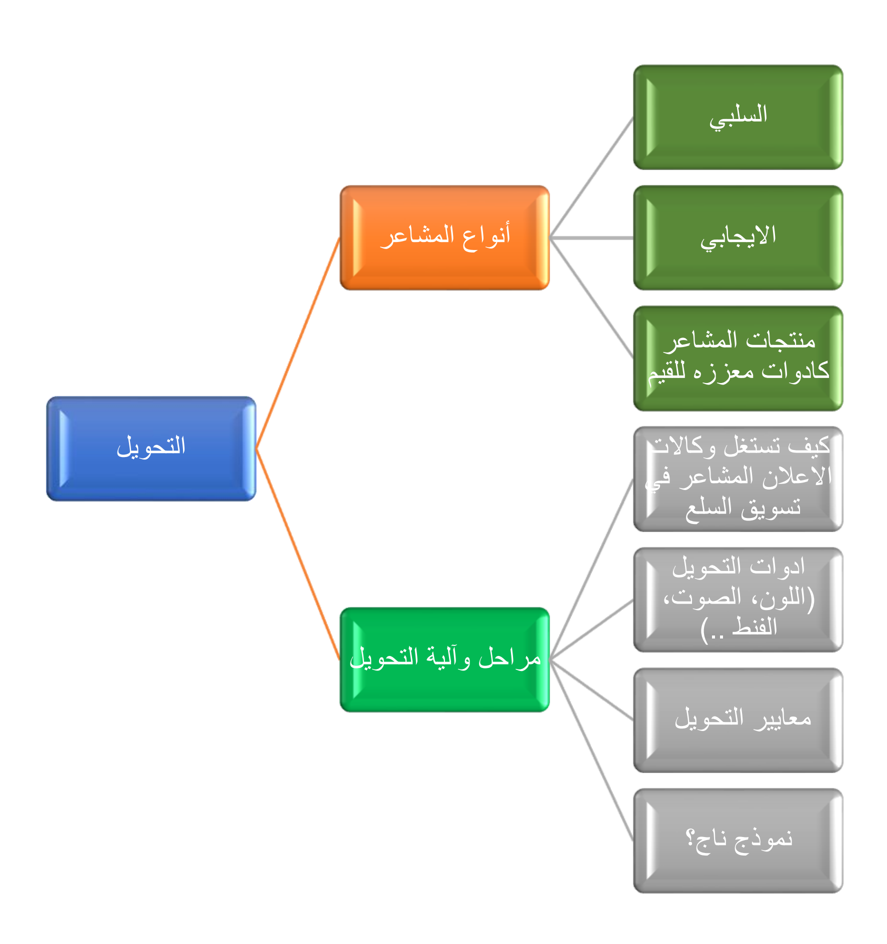
جميعها يعتمد مسارا موحدا في التشكل والحراك، وإن تعددت الصور وتباينت في الأشكال، وهو ما يؤكد منظومة خلق تابعة لخالق واحد لا شريك له.

اذ الكثبان في حراكها اللحظي اليومي تغير لنا جغرافية الصحراء بهبوب الرياح، وإذ حراك أمواج البحر وتلاطمها حين يموج بعضها ببعض مع كل حراك للقمر وبهبوب الرياح، وإذ الغيوم في تشكلها في السماء ترسم لنا صورا لا حصر لها كالخرائط في مساحات عريضة في الفضاء بهبوب الرياح، فالريشة واحدة والتأثيرات متعددة، وهو ما يبعث مع كل لوحة مرسومة طائفة من المشاعر لتتقلب معها تضاريس الألواح.

وقد بينا في كتب سابقة – أدرجنا قائمة لها ضمن قائمة المراجع – نماذج استوفت طبقة المشاعر في مثل الطبقة الخاصة بصياغة رسائلنا لفصي الدماغ، لاختلاف نمط استجابة كل فص للمعلومات الواردة إليه، وفي عملية برمجة القيم عبر طبقة استثارة المشاعر فإننا نعمد لانتزاع المشاعر السالبة وتحويلها لإيجابية عبر مسار تحويل القيم لمنتجات كطبقة من طبقات برمجة القيم وهو ما بيناه في كتاب جاء بعنوان "تحويل المشاعر لمنتجات"

حيث قد أفردنا في الكتاب لآليات تحويل القيم والمفاهيم إلى منتجات، وبينا فيه لعمليات تحويل المشاعر والعواطف التي تنتاب الإنسان إلى منتجات وخدمات، ذلك أن المشاعر والعواطف مثل الحب والثقة والأمل، هي مشاعر إيجابية، أو أخرى مثل

الكره والاشمئزاز والحزن وهي مشاعر سلبية، يمكننا الاستفادة منها في دعم مسارنا في التعزيز للقيم، ولعل الرجوع إلى الكتاب سيبين ذلك وفق خطوات، حيث أضحت دائرة النبض العاطفي للمنتجات، محل بحث متعمق في الجامعات الرائدة عالميا، تلك الدائرة التي تجسد العلاقة فيما بين (التصميم والمشاعر) للخروج بمنتج معبر ومعزز لعاطفة أو مزيج من العواطف، فالبحوث والدراسات بينت أن ثمة طرقا عديدة في استثارة مشاعر الإنسان من خلال ما يقدم من منتجات أو خدمات، ويتم ذلك عبر استثارة حواسه أو عبر أساليب الاستخدام أو عبر تملك المنتج أو حتى لمجرد عمليات التفكير باقتناء المنتج.



خارطة مسار تحويل المشاعر إلى منتجات

نكون بذلك قد بينا كيفية تفعيل طبقة المشاعر عبر العديد من الطبقات السابق ذكرها، ويبقى أن نبين ما لتنجيم المعلومة (تجزئتها) المغلفة بالمشـــاعر من أثر إيجابي فنحن لا نفعل طبقة المشــــاعر لمجرد مرة واحدة، بل ندعو للاســـتمرار بذلك عبر كافة وســائل تواصــلنا، ما اســتطعنا مع الغير، ونوادي القيم خير محضــن في ذلك حيث العلاقات تتعدد ومواطن التوجيه تكون أرحب مع كل نشـــاط ينجز، ولعلنا نكون قد استوفينا الطبقات إذ افردنا للقصة كطبقة نموذجا في نهاية فصلنا هذا.

وقد أشرنا في كتاب لنا بعنوان " تعظيم أثر اللحظة " لأسلوب مفاجأة العقل وما لهذا الأســلوب من أثر في برمجة القيم، فبينا على ســبيل المثال عبر اســتعراض نموذج يســتثمر مشــاعر الابهاج لغرس قيمة نبذ التقليد جاءت عبر محاضــرة بعنوان "عالم القرود"



عالم القرود

ونحن اذ اســتهدفنا قيمة بعينها من أجل الغرس، عبر أحد مواضــيع ما ندرّســه من منهج تعليمي، لعلنا نعتمد أداة العلاقات التالية وهي أداة تمنح المتعلمين البهجة عبر محاولة إدراك العلاقات فيما بين شــيئين لا تبدو العلاقة مباشــرة فيما بينهما في مثل العلاقة بين القلم على ســبيل المثال والموزة أو القلم والكرســي أو القلم والســاعة وهكذا.



علاقة المآل "التقشير"



علاقة مادة الصناعة

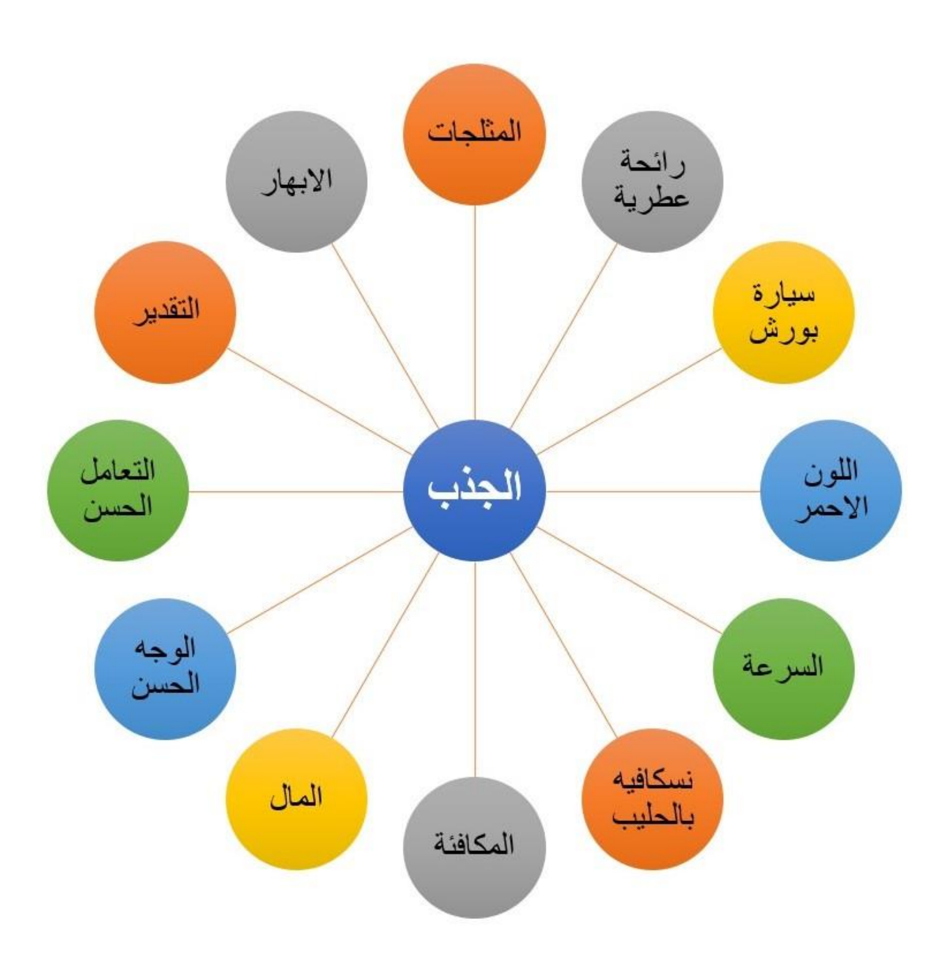


علاقة الأداء "الدقة"

وعليه ورجوعا الى مثال المغناطيس، فلعل ميزة "الجذب" التي يتمتع بها المغناطيس تكون هي انطلاقة برمجة القيمة التي نود غرسها في نفوس المتلقين، فتكون كما يلي من مراحل:

أولا: ما هو مسار الجذب لإصلاح ذات البين؟ بحيث "اصلاح ذات البين" هي القيمة التي نود غرسها.

أ- ما هي صور الجذب:



ب- تعرف على علاقة كل من هذه الصور بإصلاح ذات البين، وهو ما يستوجب التعرف على دائرة يلتقيان فيها من التشابه.

مثال: لعلاقة اصلاح ذات البين مع الرائحة العطرية



الانسجام: وهو ما يتم حال تناغمت الشحنات بعد أن كانت متنافرة عبر خصام لتصبح منسجمة بعد وئام

علاقة اصلاح ذات البين مع سيارة بورش



المعية: فإثنان في انجاز الأهداف خير من واحد، فالمعية تستوجب تقليص زمن الإنجاز للوصول للهدف المنشود، فالمعية حين تكون مدفوعة بالمشاعر الإيجابية تقلص من زمن تحقيق الأهداف.

التركيز: فمع اللون الأحمر تتوجه الأعين تلقائيا لوجهة موحدة، فلا تزيغ ولا تطغى، وعبر تركيز كهذا ما يعزز للاستقرار النفسي والحد من الزيغان وتجمع الجهود لتصب في بؤرة واحدة لتثمر، تحاشيا لتناثرها.

علاقة اصلاح ذات البين مع المال



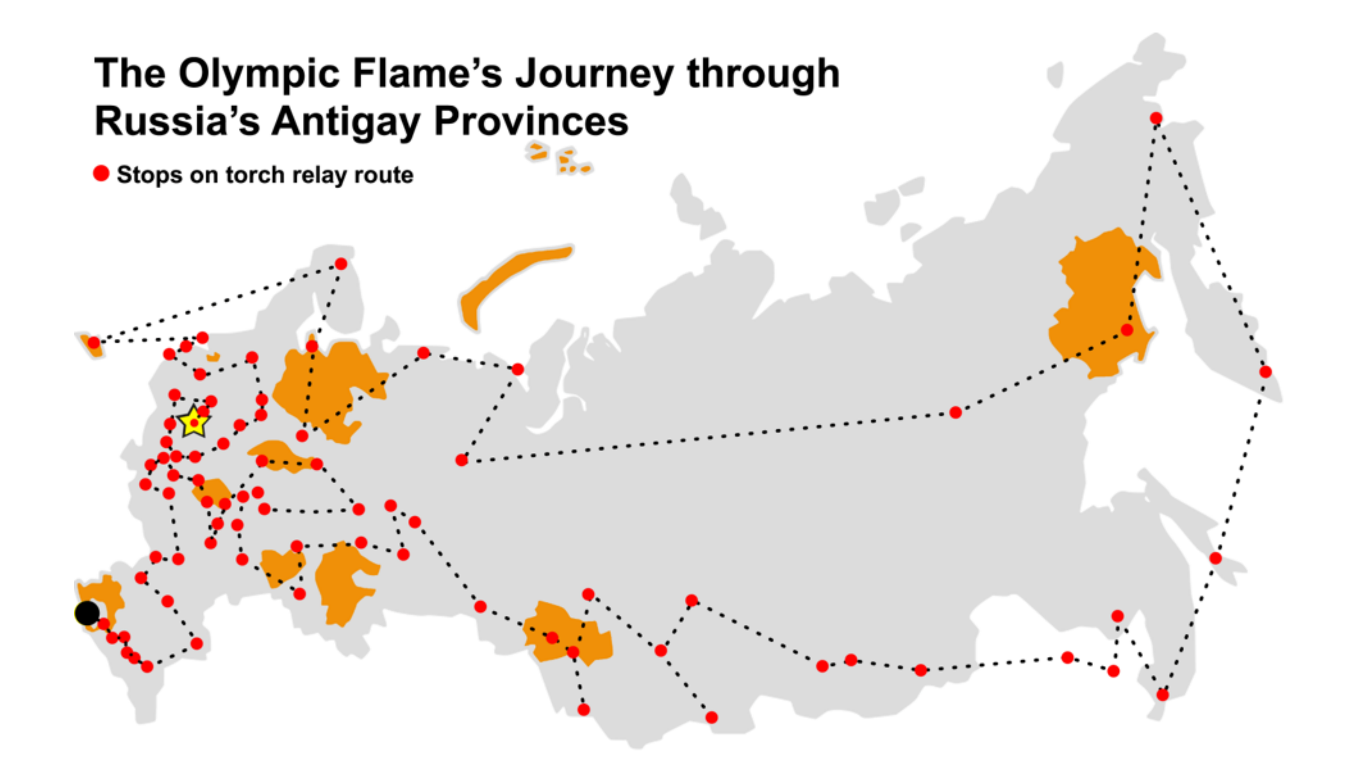


الوفرة: حيث يستفيد الاثنان من تقليص الهدر في النفقات ومن تعظيم سبل التوفير لرخاء أكبر في كافة الأوقات وبالأخص وقت الازمات.

وفي مد زمن المشاعر ما يعزز لبرمجة مثلى للقيم محل الغرس، ولعل ما سردناه في كتابنا "تعظيم أثر اللحظة" نموذجا فكان منها نموذج الألعاب الأولمبية من لحظة طرح تصميم الشعلة الأولمبية كمسابقة عالمية لحين نقل الشعلة التي من المفترض الا تأخذ مدة دقائق لإشعالها لنحو يزيد على سبعة أشهر.



الشعلة، لحشد أكبر قدر ممكن من وسائل الاعلام نحو الحدث عبر نجوم



مسار جغرافي للشعلة لحين وصولها لمقر الدولة المستضيفة للألعاب



فعاليات مد أمد الشعلة زمنيا

التوجيه في برمجة القيم عبر مسار القصص

في السرد القصصي عبر مسار المشاعر مع عملية التحليل ما يعزز لبرمجة القيمة محل الغرس، وفيما يلي نستعرض للكيفية التي يفضل أن نتناول فيها القصص لنبين كيف يمكن تطويع طبقة المشاعر في عملية غرس القيم.

ونستعرض فيما يلي ما ورد في كتاب "مجالس التأثير" د.سعد الكريباني، قصة بعنوان (ابرة الحرية) وهي تحكي ما تعرضت اليه السيدة اليزابيث كيكلي من اضطهاد وظلم ناتج عن نظام ظالم للعبودية إبان فترة 1818 في الولايات المتحدة الامريكية، إذ خاضت كيكلي مدرسة الحياة القاسية التي جعلت للبيض حق التسلط على رقاب العبيد السود، وجلدهم وحرقهم وشنقهم وبيعهم كالحيوانات، فقد ولدت كيكلي طفلا فتعرضت للاغتصاب وكلفت بأعمال شاقة لا يطيقها الرجال، بالرغم من ذلك ظلت تتمتع بالمثابرة والعناد، تستفيد من كل فرصة تطوير وتغيير تتاح أمامها، تعلمت القراءة والكتابة ، وأتقنت مهارة الحياكة بعمر الست سنوات، ونشأت في منطقة ريفية، ولاحظت حين بلغت العشرين من العمر أن نصف سكان

بيترسبيرغ التي تنتمي تحتضنهم تقريبا من السود، وثلث هؤلاء السود من السيدات السوداوات حرائر ويمتلكن محالا تجارية يديرونها بأنفسهن، إذاً كانت هناك فرصة تلوح في الأفق حيال مستقبل مماثل، بدأ حلم الحرية يراودها ليخلصها من قيود العبودية، فأخذت تصنع الفساتين لسيدات الأحياء المحيطة ما شكل موردا ماليا لسيدها على مدى أعوام، ومع ما عززته من علاقات عبر حرفتها هذه مع سيدات المجتمع المحيط، راق لها أن تطالب سيدها بحريتها، ومع رفضه المتكرر، رضخ حين صار وضع أسرته المادي ميؤس منه، فاعتبرها فرصة لمنحها حريتها بمقابل 1200 دولار أمريكي، وهو ما يعادل 25 الف دولار امريكي في يومنا هذا، فقبلت بالرغم من كونها معدمة المال، فتسابقن من كن يصنعن الفساتين من سيدات المجتمع المحيط بتقديم المال إليها، فتحررت، ثم تمكنت من تحقيق حلم أن تصبح سيدة أعمال، وذاع صيتها لحين أن طلبتها السيدة الأولى في البيت الأبيض زوجة الرئيس لنكولن كمستشارة الموضة لها.

المحطة الأولى: (كيف تنظر وليس ماذا تنظر)

لم تكن كيكلي تنظر لتتأثر في الجانب المظلم من العبودية ولكن كانت تتحين مسارات النظر في ما يشكل أملا لها حين تكون حرة، فكانت تأسرها مناظر القراءة والكتابة، فتعلمت القراءة والكتابة بالرغم من كونها مملوكة، لم تلتفت لثقل القهر وضيق الحال في مأكل ومشرب ومكان، وتعاملت مع القضاء والقدر على أنه مرحله لا غير وليس قدر محتوم دائم، فلم تعتبره سجنا بقدر ما أنه مجالا للتعلم، فسايرت قدرها لتخفف من أثره بحرفة تخفف ثقل ما تتعرض إليه نفسها، عبر ما يلبي شغفها من جهة، ومن جهة أخرى تواصل خارجي عما تعيشه من نطاق ضيق لسعة العلاقات مع من يطلب حياكة ثوب ، لقد ذاقت الحرية عبر مد مسار خارج نطاق منزل سيدها عبر إبره، وعزز الانفتاح الخارجي الضائقة المالية التي تعرض إليها سيدها وأهل بيته، ورضاها بالقضاء والقدر وتسليمها له كان المسار الأفضل عن مطالعة القضاء على إنه مصيبة وعائق يحول دون تحقيق الهدف.

المحطة الثانية: (دافع صمت الرضى بالقضاء)

ما هي دافعية انقاذ أسـره كلهم أحرار من قبل مملوكة معدمة، لماذا لم تنتقم كاكيلي مثلا حين صـار الظرف مناسـبا للانتقام، هل لحبها لهم، أم ظنتها فرصـة لمكافأة تتحرر عبرها؟ لعل الدافع هو أنها كانت تزاول (الحرية الفيزيائية) بالرغم من كونها مملوكه ومسلوبة الإرادة، لقناعتها انها ستكون حرة بارادتها، ناهيك أن تكون سيدة اعمال، لقد كانت واعية اذ رفضـت أخذ الربع الدولار الفضـي، حيث أن القانون سيلاحقها حال خرجت من دون صك الحرية، فلم تراجع سيدها أو تذكره بما قدمته لأسـرته في وقت الفاقة، لأنها تدرك أن جدال كهذا لن ينفع فهي في نهاية الأمر مملوكة له، فآثرت الصمت بدافع تحقيق الذات.

المحطة الثالثة: (ميزان القوة)

بينما شـعر سـيدها بأنه كان الأقوى حين أعجزها بطلب مبلغ 1500 دولار مدركا عجزها بتأمينه، غير إنها قبلت، فبالنسـبة لها كانت لحظة المقايضـة لحظة حياة، أما هو فلم يعلم أنه قد منحها عبر عرض معجز كهذا بصيص الأمل بالرغم من ضيقه، فمقارنة هذا البصيص من الامل الضيق بحياتها التي هي ضيق في ضيق، وجدته كبيرا جدا للإنتقال من ضيق العبودية إلى سعة الحرية، وعليه تكون حين قبل سيدها بالمقايضـة، وقبلت هي بالتحدي، هي الأقوى، إذ هي نقطة التحول، فمشـاعر الفرح والامل العزيمة هي من شكلت الدافعية لتشكل هذه القوة.

المحطة الرابعة: (لا مجرد موهبة بل إدارة محترفة)

لقد مارست كيكلي التسويق (marketing) بمفهومه الحديث في حين لم تتلقاه عبر دراسة جامعية، فقد عمدت لعملية التواصل مع العملاء بشكل مستدام، وهو ما جعلها محترفة ومتصـدرة، بل مارسـت عمليات الفرز (Segmentation) معهم وهو ما يسّر عليها امر استهداف البعض لحشد كفالة حريتها من سيدها، وشغفها في الحياكة عن حب، لمنتج تجاري، كان عاملا في النجاح.

المحطة الخامسة: (ريادة السوق)

درســـت كيكلي الســـوق، وتمكنت من معرفة الذوق الخاص بكل شـــريحة مجتمعية، الســـود والبيض، ولم تكن تنظر لمجتمع الســـود وإنما إلى البيض، وليس لكل البيض وإنما للشريحة المخملية منهن. ذلك لقناعتها أن لكل من هاتين الشريحتين ما يميزهما من ألوان وتفضيل وتحبيذ لنمط في اللباس يفرضه نمط الحياة، بل حتى مع تضاريس الجسد فهي مختلفة، فكيف تمكنت من ادراك هذا الاختلاف وتمكنت منه فسادت، لقد كان لتخديمها اثناء عبوديتها للمزيج المجتمعي من حولها دور في إدراك تلك الفروق على دقتها، ففاق ما أدركته بالشـــكل نحو المفهوم (Concept) الخاص باللباس، ذلك أن لكل زي مناسبته وألوانه وما يشعرك به من رمزية، فجعلت سر الاحتراف هذا كالسنارة في صيد من تريد اصطياده من شرائح المجتمع على تنوعها، فتمكنت من أن تفرض على السوق ما يفترض أن يلبسوه ومناسبة ما يلبسون، ادراك كهذا رفده كل من عانى من العبودية ثم ذاق طعم الحرية، فحين كان للعبودية ذوق ســـائد ادركت ما للحرية من ذوق مغاير، وادركت سر الكونسبت الخاص بالبيض فتمكنت من إعادة التشـــكيل بحواســـها الخمس ومشـــاعرها مجتمعين، فكانت الأقدر على أن تبلغنا بالأســـلوب المبتكر، اما الأخريات من محترفات الحياكة فلن يدركن لخبرتهن المبتورة.

المحطة الســـادســـة: كيف تمكنت من أن تتســـامى عن لحظات البؤس التي كانت محيطة بها؟

لو تعرض أي منا لصفعة من زميل أمام ملأ، لما كان يتحمل مشاعر الغضب التي تنتابه ليرد الصاع بصاعين، أما كيكلي فهي لم تتعرض لصفعة بل صفعات، بل حتى لهتك عرض، كيف لم يكن هذا كله سببا في جعلها مدفوعة للأسفل؟ إن ما عزز لديها مثل هذا الصـــمود، أن كانت تملك من القوة ما جعلها قادرة على التحكم بمشـــاعرها وحواسها، لقد تعاملت مع المشاعر السالبة وجعلتها كما لو كانت في صندوق متغافلة كل هذا السواد، لقد تمكنت من أن ترى بعين النحلة فلا ترى فيما حولها إلا الأزهار،

ولم تكن ترى الاوساخ من حولها كالذبابة، وهو ما يذكرنا بسيدنا المسيح حين كان بمعيته الحواريين وهم أمام الجيفة إذ سألهم عما يمكن ان يصفوا ما يرون، فبينما كانوا يتأففون مما رأوه ومما اشتموا من روائح قذرة، بادرهم إذ قال لهم: الم تلحظوا مدى بياض أسنانها؟ تلك مهارة تستوجب تطويع الذات والحواس والمشاعر للارتقاء بها لتسموا، فحين تقود ذاتك، تصبح عملية السيطرة على المشاعر أمر تلقائي، فتقودها ولا تقودك.

فالممرض الذي تعود على تنظيف أوساخ المريض فهو لن يتأفف بعد ذلك حين يمر بجيفه، لأنه يكون قد عطل حواسه من أن تستجيب، وهذا الوضع هو ما جعل كيكلي لا تكترث بالسواد المحيط بها، وهو ما زاد من معدلات الصبر لديها، فمع تعطيل الحواس تنعدم المشاعر، ويصير التركيز على بؤرة محددة، وقد كانت بؤرة ما تستهدفه منصب نحو صك الحرية، هذا الانعدام كان قوة لها في طلب الشيء التعجيزي.



الفصل الرابع

الساحة التجارية وتطبيقات المشاعر

فيما يلي نستعرض نماذج مما شهدته الساحة التجارية من تطبيقات مستفيدة من طبقة المشاعر في برمجة ما تبثه من رسائل مستهدفة الجماهير، فالشركات التجارية لا تعمد في التأثير عما تبثه برسائلها على الجماهير عما يبيعون ويسوقون الا اعتمادا على نتائج ما يمولون له من أبحاث، فقد أشارت مختبراتهم البحثية والميدانية عن إن الاشارات التي تنقلها الوجوه تنتقل عبر الثقافات المختلفة، حتى ممن يولد وهو مفتقد لحاسة الابصار، فهو قادر على أن يدركها، نحن هنا أمام مسألة القدرة على ادارة المشاعر وقياس مداها، ولعل من المهم أن يعلم القارئ من أن البحوث الخاصة بالمشاعر تتم عالميا من قبل جهتين وهما الجامعات على نطاق دولي، وبالأخص في مرحلة دراسات الدكتوراة، والجهة الثانية تلك الممولة من قبل الشركات التجارية، ولعل جل البحوث التي تجرى في الجامعات أيضا هي بتمويل ورعاية مباشرة من قبل الشركات التجارية العالمية، وسبب هذا الاهتمام كون الشركات تستهدف في ما تبيعه من منتجات وخدمات للعملاء على اختلاف أعمارهم وثقافاتهم، ويهمهم بالدرجة الأولى تحقيق أكبر عوائد ممكنة على ما ينفقونه من استثمار، ولما كانت تلك الشركات تستهدف عملائها بدرجة كبيرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام التقليدي كمحطات التلفاز والصحف، فهم يجتهدون في التأثير على العملاء مستفيدين من النتائج البحثية وهو ما كشفته نتائج الدراسات البحثية من أن استثارة طبقة المشاعر لها تأثيرا كبير لا يستهان به في نفض الجيوب عبر المسار الأقرب، الا وهو القلوب، وبالدرجة التالية العقول.

نحن هنا نتحدث عن الدماغ، الذي هو أساس ومحضن البرمجة، فثمة جانب في الدماغ (15) الذي يتعامل مع المشاعر وثمة جانب يتعامل مع المنطق، إن توليد التواصل المشاعري مع العملاء يعني حصد المال، فعملية رفع العائد O.I.R على جهودك التسويقية يرتبط بتعزيز التواصل المشاعري مع عملائك، فمجموعة

أومنيكوم الامريكية مثلا في عام 2008 أكدت على ذلك مما اختبرته فقد كان نتيجة تواصلها مع الجمهور حقق زيادة لنحو 20 % مقارنة بالأساليب التقليدية.

وفي عام 2009 نشر مقال بعنوان " لماذا رسائل المشاعر تغلب رسائل المنطق " استعرض المقال نتائج 880 حالة دراسة على نطاق بريطانيا، أكدت من أن التسويق بالعاطفة Soft sell هو الرابح وأن له عوائد أجزل بحوالي الضعف مقارنة بالبيع التقليدي الذي يعتمد المنطق Hard sell.

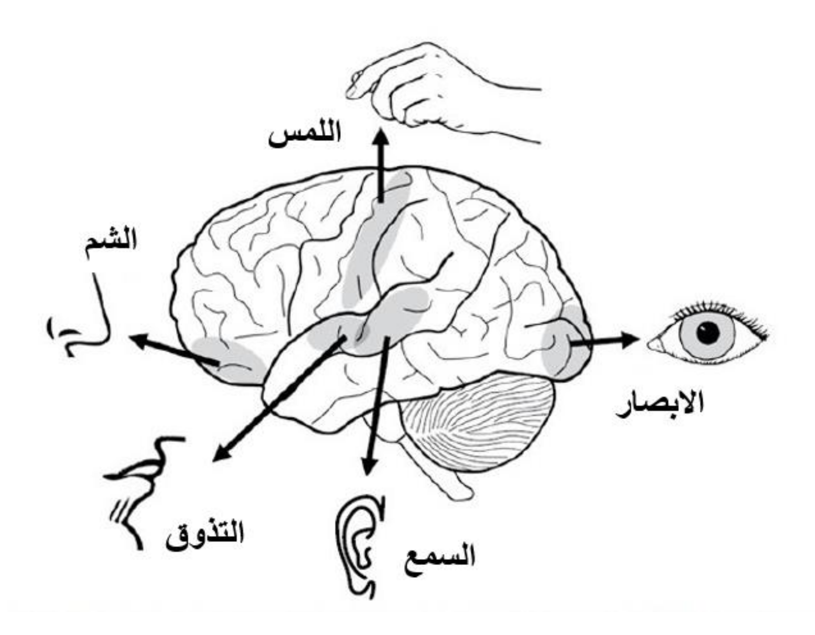
الشغف عنصر في المزيج التسويقي

أكد مدراء الإعلان (16) من أن 50% من جهود وميزانيات الاعلان تعتبر ضائعة، مشيرين الى الجانب العاطفي الذي تفتقده الاعلانات حين يكون تركيزها على الأسعار أو الحسومات مثلا، وهو ما جعل صناعة التسويق مجبرة على إضافة عنصر جديد ضمن ما أطلقوا عليه مصطلحا "المزيج التسويقي" والمشكل من سبعة عناصر ليتضمن عنصرا ثامنا كان في "العاطفة أو الشغف" لتصبح = 8Ps people, purpose, ‹product, place, price, passion personality ‹procedures

وقد استفادت تلك الشركات من نتائج الأبحاث فاعتمدت قواعد استخداماتها في تواصلها مع الجمهور، ونحن اذ نستعرض تلك القواعد ذلك من أجل أن يذلل نتائجها المربي في تواصله مع من يتواصل معهم من طلبة أو المعنيون في التوجيه والإرشاد، فمن تلك القواعد حيال استخدام الصور تذكر:



- ضع الصورة أسفل مركز الصفحة، وهو مركز الطاقة والتأثير العاطفي.
- الوجوه الانسانية لها وقع آسر عند الاستخدام، خاصة "التحديق"، وهو ما لاحظنا استخدامه في القرآن عبر الصور القريبة أكثر من المتوسطة والبعيدة (طالع مؤلفنا حركة الكاميرا في القصص القرآني).
- الحركة الضمنية لأعضاء الجسد تجلب الانتباه أيضا، مثال عندما تعمد إلى صورة شخص وهو في الهواء إثر قفزه.
- ما يكون له معنا، ما يعزز السبب purpose
- السيطرة والشمول فكلما زادت مساحة الاعلان كلما كان أوقع في أسر النظر.



مواقع الاحساس عبر قشرة الدماغ

وتذكر الدراسات فيما للحواس من أثر في استثارة المشاعر ما يلي:

الشم:

إن حواسنا تلتقط حوالي 400,000,000 بايت من المعلومات في الثانية الواحدة، ولكل حاسة في جسدنا لها موضع خاص في أدمغتنا، وأكدت الدراسات من أن 40% من المزاج يتحسن باشتمام روائح زكية، ودراسة عملية أكدت امكانية دفع مبلغ 10$ زيادة في شراء أحذية لها روائح إيجابية.

اللمس:

الأطفال الذين يتعرضون للتدليك "المساج" يزيد وزنهم بنسبة 50% عمن لا يتعرض لذلك، ويصبحون حركيين ومتحفزين للمؤثرات من حولهم بشكل أفضل، وعاطفيا لديهم تحكم أفضل عبر استثارة حاسة اللمس، والمقارنات هنا يمكن استلهامها أيضا من (القاس مقابل اللّين، الاسترخاء مقابل الاجهاد ...)

المذاق:

لدى الانســـان 10,000 خلية لحاســـة التذوق، من هنا عمدت بعض الشـــركات إلي تغليف مصغر يمنح العميل فرصة تذوق المنتج قبل شرائه.

النصح بالتبسيط Keep it simple

لقد تم الاستعانة بجهاز المسح المختبري fMRI للتعرف على نتائج التجارب، كما تم وبشـــكل لحظي قياس معدل ضـــخ الدم إلى الدماغ لقياس علاقة الرســـائل العاطفية الموجهة للدماغ ومن خلال أي لفظ، أوما جعل الدماغ ينتبه، وكانت النتائج ما يلي من تأثير في تعزيز ذلك:

1-صور وجوه المشاهير
2-تضمين الاعلان حركة ما
3-اللقطات القريبة أو Zoom ins

ووجد أن سرعة الإعلان تقتل الأثر المنشود

ومع الرسائل الصوتية عبر "الراديو" مثلا:

1-الحوار
2-الايقاف واشراك الناس بالموضوع
3-وجد أن صوت المعلق الذي يعترض يقتل التواصل

يقترح الكاتب حيال تقديم المعلومة أن يتم:

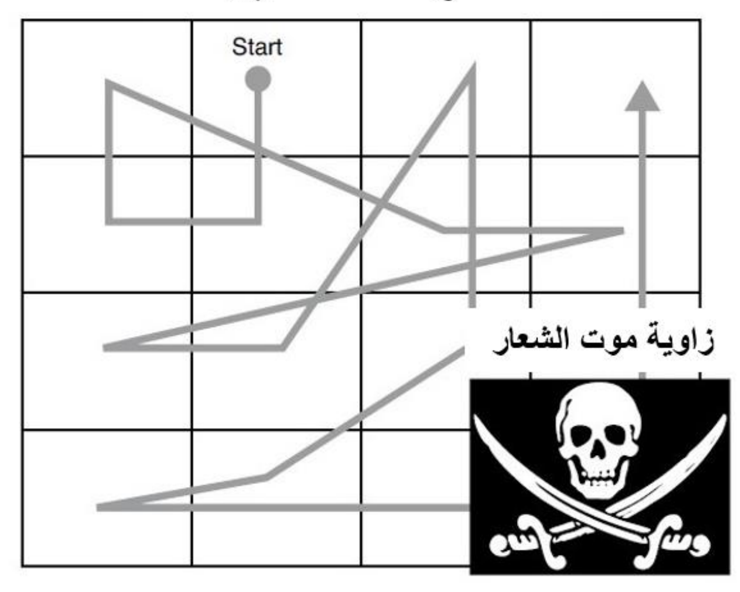
منح الصورة الكاملة العامة مثلا (الغابة) قبل منح المعلومة المحلية (الأشجار)

ويدعي الباحث من أنّ المعلومة تأتي للدماغ عبر العين والأذن اليســـرى، ما يجعل النصـــف الأيمن للدماغ يعمل وهو المعني بالعاطفة، لعل ذلك يعزز جعل "النص" مثلا في الجزء الايسر من المساحة في الكتاب أو القصة التي تحرر.

في التعامل مع الصور لا بد من هيكلة في أولوية ما يعرض، فمع إضافة اي عنصر جديد فان ذلك سيقلل من أهمية العناصر الأخرى.

وعبر دراسة اوروبية ساهم فيها 1300 إعلان مطبوع، 3600 شخص، وجدت أن معدل مطالعة الاعلان وصلت إلى 1.7 ثانية، منها 0.6 ثانية كانت للصور، 0.7 للنص، 0.4 لملاحظة شعار المؤسسة.

ووفق دراسة حيال شعارات الرعاة لوحظ أنّ الزاوية السفلية اليمنى هي الأسوء وتعتبر زاوية الموت لملاحظة الشعار، ولعل ذلك مع النصوص التي تكتب باللغة الانجليزية، تكتب من اليسار نحو اليمين، وعليه فلا بد من مراعاة ذلك مع لغتنا العربية التي تكتب من اليمين نحو اليسار، ما يعين أن زاوية موت الشعار ستكون في الزاوية السفلية اليسرى.



مسار حركة العين

الكلمات في الرسائل النصية

ومع استخدم الكلمات ذات الوقع في النفس، ولكن ما صفات تلك الكلمات؟
تضمن دراسة أجرتها جامعة ييل الامريكية حيال الأكثر على الاطلاق الكلمات القادرة على الاقناع في اللغة الانجليزية فكانت النتائج:

- You

- Money
- Save
- New
- Results
- Easy
- Health
- Safety
- Love
- Discovery
- Proven
- Guarantee

مع ملاحظة أهمية إدراك مدى علاقة هذه الكلمات بالثقافة الامريكية ونمط حياة الشعب مع كل ثقافة نستهدفها.

الجمل والكلمات المألوفة

والكلمات القصـــيرة والجمل القصـــيرة أوقع عنها من تلك الأطول (لاحظ البيان في القرآن).

وفي استخدام الكلمات المستعملة من قبل الجميع لها وقع أكبر من تلك غير المتداولة، فتلك المتداولة يتم ادراكها في اقل من عشر ثانية، بينما الكلمات الغير متداولة تتطلب ثلاث اضـــعاف الســـرعة في الوقت، كما أن كلمة أُم لا تتطلب مجهودا كبيرا في التفكير (قارن هذا مع البيان في القرآن حيال استعمال كلمات دارجة في مثل "النخل، العرجون، الجبال، ...الخ).

والتعامل في التواصـــل مع الغير بما هو معتاد أوقع وأقرب للقبول، ذلك أن العقل سيتعامل مع المعلومة الدارجة كما لو كانت حقيقة مقبولة

إن أهمية أن يستخدم شخص في الإعلان هو أقرب ما يكون لشريحتك سواء في الهيئة او كونه مشهور بالنسبة إليهم، فاستخدام صور أطباء كوريين للأسواق اليابانية أفضل من صور أطباء أمريكيين للسوق الياباني وهذا ما عززته الدراسات.

مواصفات الخدمات والمنتجات

وبالنسبة للمعلومات الخاصة بمواصفات الخدمات أو السلعة، فقد بينت الابحاث أهمية عدم استعراض أكثر من واحد إلى ثلاث مواصفات فكلما زادت المواصفات قل التأثير، فتلك الأقل من ثلاث مواصفات لها قدرة أكبر بمعل 11% في الجذب والتواصل.

كما ان التركيز على الفكرة الاساسية امر هام جدا، فمع كل ميزه تريد ان تعلن عنها اسأل نفسك عن المقصد الذي تود أن تصل إليه، وفي ديننا نجد (واقصد في مشيك).

كما إن صورتين يزيدون مبيعاتك أكثر من ثلاث صور تدرجها مع النص.

التركيز على الوجوه

بينت الدراسات أن الوجه يتم مطالعته بنسبة 70% من الوقت المخصص لمطالعة التلفاز او الاعلان التلفازي، وبينت الدراسات الدماغية من ان هناك في الدماغ مواقع تتأثر في الوجوه تدعي (FFA)، فنحن نستطيع أن نميز فيما بين 10,000 وجه، وقدرة الدماغ في قراءة الوجه تتم عبر الجانب الايمن من الدماغ، اما الجانب الايسر من الدماغ فهو يقرأ التعابير بشكل أفضل، ويدرك العقل إن كانت الابتسامة حقيقية أو مصطنعة، بل ويتأثر تباعا.

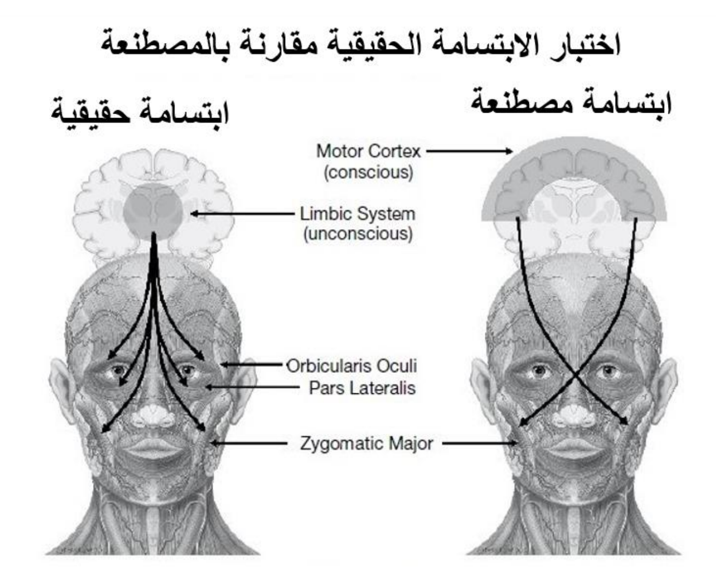
وعززت نتائج الدراسات حيال عنصر الوجه لما يلي:

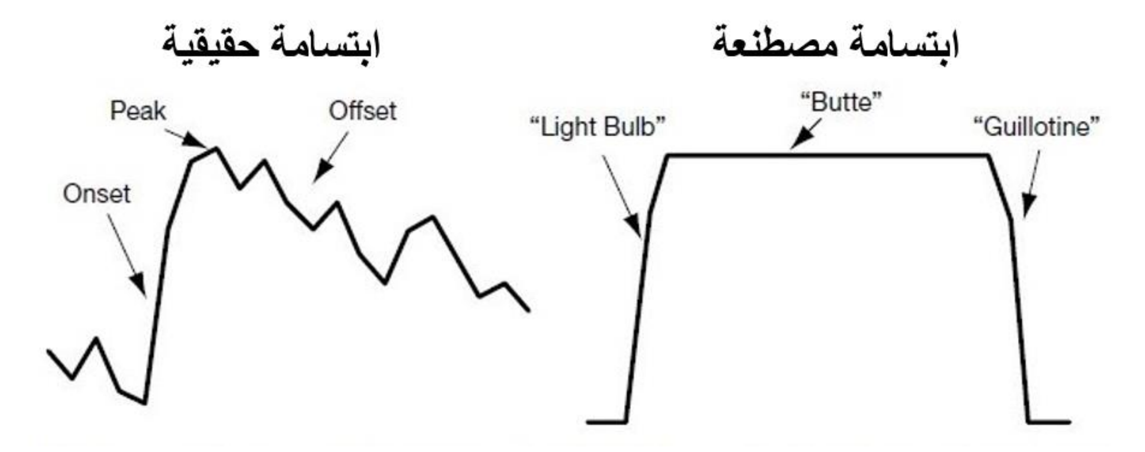
1- اللقطات القريبة أوقع، فهي تزيد في التأثير بمعل 20% عن مجرد جموع من البشر.

2-ودرجة الابتسامة الحقيقية أوقع بنسبة 10% عن تلك التي يصعب ملاحظتها عن بعد.
3-9% لصالح الرجال عنه عند استخدام النساء على الشاشة.
4-المشاهير أكثر قليلا عن غير المشاهير.

أثر الابتسامة الحقيقية مقابل المصطنعة

وفي الابتسامة المصطنعة والابتسامة الحقيقية، ثمة 20 نوع من الابتسامات، فالحقيقية تلك التي تمارسها في أول يوم تولد فيه ما بين الأسبوع الخامس إلى الشهر الرابع من حياتك ، فهي غير قابله للتعلم وتأتي بشكل تلقائي وتحدث بلا وعي unconscious ، والمسؤول هو الجهاز اللمبي وهي تحرك منطقتي الفم والعين والخدين، اما المصطنعة فهي بفعل القشرة الدماغية motor cortex وهي تحدث بعقل واعي وتحرك الخدين فقط ، وعلى الدوام تكون متماثلة symmetrical ، لذا احرص في عمليات تواصلك سواء بالمشافهة أو عبر وسائل تواصلك على الابتسامة الحقيقية ، فالمصطنعة تبقي على مدى اطول ولا تعرف متى تنتهي ، أما الحقيقية فهي لحظية.





نتائج مختبر يقارن حركة العضلات فيما بين الابتسامة الحقيقية بتلك المصطنعة

قابلية التذكر

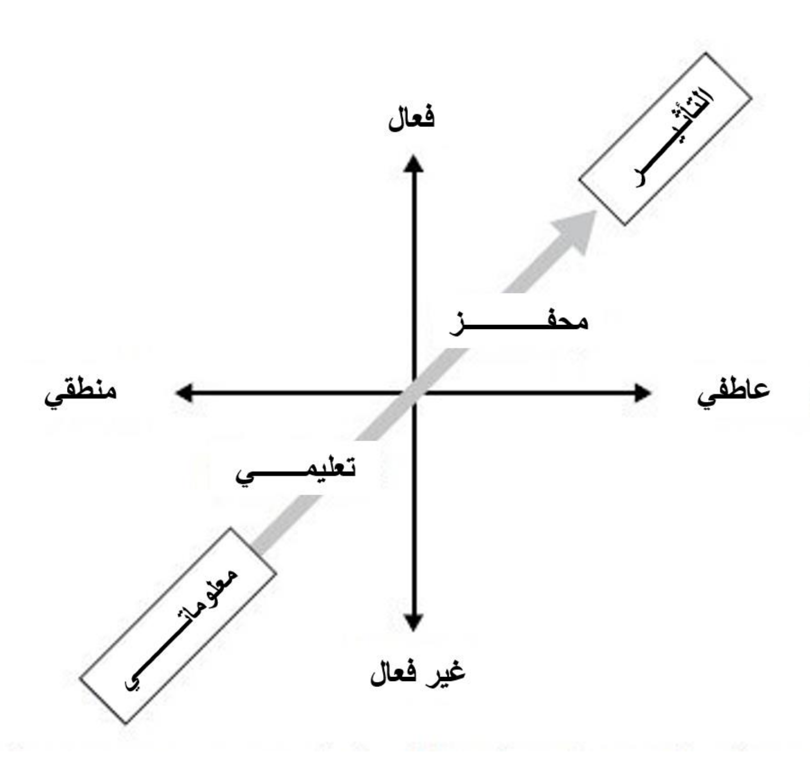
حال رغبت المؤسسات المجتمعية تدشين حملة تواصلية توعوية نوصي باعتماد ما يعزز لتذكر اسم وشعار المؤسسة بما يلي:

فحين يكون من واجبات الحملة جذب الانتباه فان واجبها الثاني هو في جعلها قابلة للتذكر، فبالنسبة لظهور شعار المؤسسة بعد انتهاء الاعلان التلفازي وكي يحسن تذكره من قبل الجمهور ثمة 4 أساليب:

1-ان يظهر الشعار وحيدا مباشره بعد اخر لقطة للإعلان او عبارة في الاعلان
2-أن يظهر الشعار من اليسار إلى اليمين ظهور تدريجي بأسلوب الرسوم المتحركة.
3-حركة في الشاشة تظهر الشعار.
4-من خلال اخر لقطة متحركة يتحول المشهد للشعار بتأثير “سوبر انبوز"

الفكرة حين تستوفي المشاعر كطبقة

الفكرة الإعلانية الجيدة تقع في الربع العلوي الأيمن وهو الموقع الذي يحفز العميل وبالتالي يقنعه، والجزء السفلي الأيسر هو لإدراج المعلومات، إن كان خطابك موجها باللغة الإنجليزية، ولعل العكس مع اللغة العربية وهو ما يحتاج للتأكد عبر ذات الأسلوب الذي آلت اليه هذه النتائج.



مسألة الإبداع في الإعلان يجب أن يعاد تعريفها بما يولد "المشاعر" نحو السلعة، ولعل مطالعة مؤلفنا الابداع في الرسالة الاعلانية ما يمنح المزيد بهذا الصدد.

نحو اعادة تعريف أسواقنا بناء على تفصيص العملاء محوره "المشاعر"

يرى بعض المسوقين بأنّ الناس يتبضعون بهدف اغناء مشاعرهم، وحجم المبالغ المتاجر بها تختلف باختلاف درجة تلبيه الحاجة، كأن تكون (حاجة أساسية ضرورية للحياة need، أو ليست مرتبطة كثيرا بالمنطق want، أو شيء جيد لاقتنائه، ولكن

ليس ضروريا ومرتبط بالجانب النفسي كشغف Desire، والشغف هو ما تحلم به النفس لاقتنائه وهو الأكثر مشاعريا، وهذه الأمور تختلف مع كل ثقافة وأمة في مثل حين نجد أن نمط الحياة العمة في فيتنام يعتبر قيادة الدراجة النارية هي الأصل وليست السيارة، والمروحة الكهربائية وليس تكييف هواء.

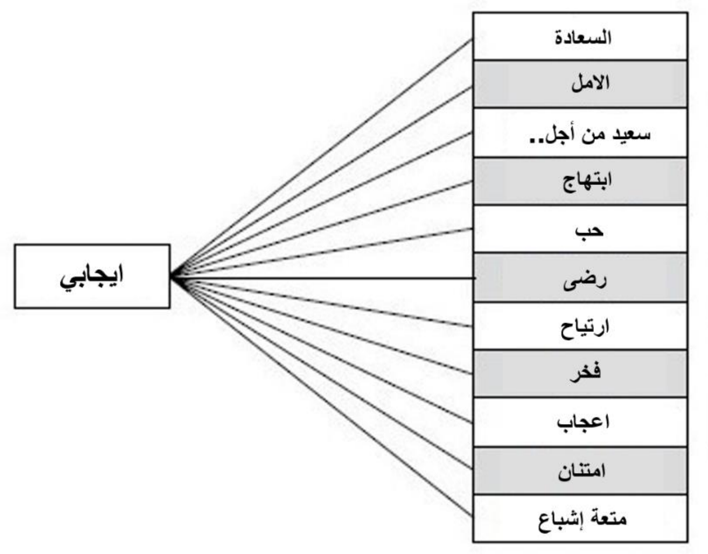
دائما بيع الأمل

وجدت الدراسات أهمية مشاعر الأمل ورفع معدلات التوقع كعاطفة في تحقيق العوائد الإيجابية في تعاملات الشركات مع الجماهير، بل نجد معظم تلك الشركات قد غالت حين ولدت هالة من الوهم من أنّ السلعة ستمنحك المعجزة وهو ما سيمنحك بالتالي السعادة.

ذلك عندما نكون سعداء فإن آليه عمل أجسادنا تتغير، ودرجة حرارة الجلد تتغير، بل وبعض أجزاء الدماغ تضيء، فالسعادة تنعكس بالإيجاب على:

1- الجسد: استرخاء العضلات، يقل الاجهاد والقلق، وهو ما يجعلنا مرنين بشكل أكثر.
2- مجتمعيا: فالسعداء يكونون دوما أكثر طيبه، ويكون لديهم قدره على الاستكشاف لحل المعضلات بشكل أفضل.
3- ذكائيا: فالسعادة تعزز الابداع ووضع الذهن يكون أفضل لحل المشكلات، ويعزز لفرص بناء وصلات أفضل فيما بين أجزاء الدماغ.
4- وتعتبر البهجة بمثابة الدافع للإنجاز.

فكيف يمكن الاستفادة من السعادة لصالح الرسالة المرسلة؟ فالسعادة والأمل مرتبطتان.



مشاعر إيجابية		
بتأثير ظرفي		
غير مؤكد	الامل	
مؤكد	السعادة	ارتياح
تأثيرات أخرى	دلال، ميل، حب	
تأثير من الذات	فخر	

السعادة والأمل مرتبطان لا ينفصلان

تتعلق السـعادة بحدث، والأمل هو عن سـعادتك باحتمالية حدث مرغوب فيه. بعبارة أخرى، السعادة (الفرح) هي المضارع؛ الأمل هو المستقبل. لكن من الاثنين، نجد أن الأمل هو في حالة توتر بشكل أساسي. لاحظ كيف يحتل الفرح والأمل أعلى درجتين متجاورتين. وفي المنتصـف ترتيب المشـاعر الإيجابية، من الأكثر إيجابية إلى الأقل فيما بينها. وفي الوقت نفسه، يوجد رسم تخطيطي إلى اليمين يوضح خمسة من تلك المشـاعر الإيجابية. لاحظ أن الفرق بين الفرح والأمل ليس مجرد مسـألة سـعادة تم تحقيقه أو في انتظار تحقيقه، أوقد يعني أن الأمل غير مؤكد، إن توقع كلاهما يثير قلقنا ويتركنا قلقين من أنه لن يحدث.

لذا عمدت البيبسي في ظل الانحسار الاقتصادي إلى حملة اعلانية معززة البهجة في 2009، في الترويج للحرف "O" بما يعني:

Love حب

Joy سعادة

تفاؤل Optimism

وقد قيل عن الإعلان ما أجده يصدق على المشاعر، فيمكن تشبيه المشاعر على أنها برنامج حاسوبي (soft program)، يمكن تلقيمه في عقول بشر مستهدفين، فإن كان المبرمج من الاحتراف بمكان فسوف يعمل هذا البرنامج بنجاح، فما العقل في هذه الحالة إلا جهاز حاسوبي (computer hardware).

إن مسار طبقة المشاعر في برمجة القيم يستمر وشواهده تتعدد في مثل ما يلي من تطبيقات لتعاملاتنا اليومية والتجارية، ففي منح مشاعر الأمل والتعبير عنها نماذج منها ما عبرت عنه شركة استخراج للنفط عبر ما يقدمونه من منح دراسية لمن ضاقت بهم السبل.





تستثمر شركة البترول هذه مشاعر منح الأمل لتعزيز صورة إيجابية لمساهمات الشركة المجتمعية

والشركات التجارية أدركت أهمية المشاعر في تحفيز المبيعات فاجتهدت في تأمين ذلك عبر ما يروجون وما يلي نماذج، حين تستثمر علامة المشروب الغازي مثلا أحد حروف علامتها التجارية لتعزيز السعادة عبر كلمة JOY.



ومن منا لا ينشد السعادة شعورا



ومن منا لا يرغب بنوم هانئ ليتحسن مزاجه

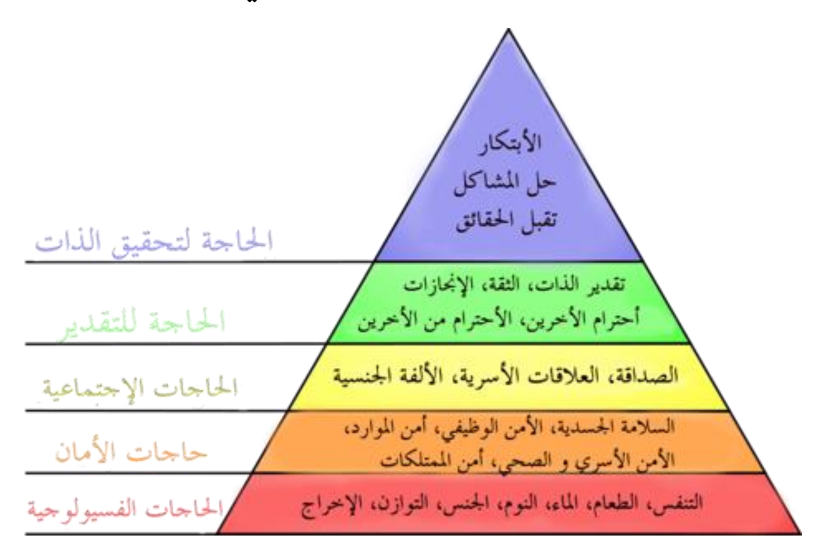


مكدونالدز تستثمر مشاعر الوالدية لبيع منتجاتها الغذائية

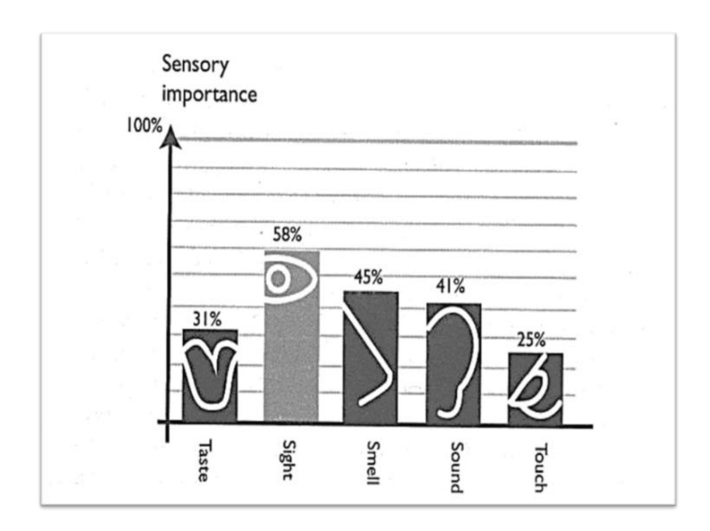


شركة الطيران تعزز للحظة الوصول بالسلامة والحنين للقاء الأحباب للترويج لخدماتها

إن عملية استثارة المشاعر تكون بأعلى درجاتها حين تلامس ما تتطلع اليه الذات أولا من مطالب وحاجات، وقد اعتمد علماء النفس ما أطلقه العالم ماسلو عبر هرم الحاجات، لنلاحظ كيف أن المشاعر جاءت منثورة في كافة درجات السلم.



وقد سـبق أن بينا ما لتفعيل الحواس من أثر في برمجة القيم، والتباري الذي عمدت إليه الشـركات أيضـا مسـتثمرة الحواس في اسـتثارة المشـاعر لتحفيز عمليات ما يبيعون.



فمع كل حاسة ثمة برمجة للمشاعر، وللألوان فيها نصيب والأنغام كذلك ونوع الملامس من نعومة او صلادة أو برودة ودفئ راجع مؤلفنا (تفعيل الحواس والقيم).





ألوان ألواح الصابون، وأخرى في هيئة أخذت شكل الآيس كريم

ومن الدوافع ما بيناه كطبقة في برمجة القيم، ومنها ما كان يعزز للمشـــاعر في مثل دافع اللعب، وهو ما يستثير مشاعر البهجة، ودافع المكان وهو ما يستثير مشاعر الاطمئنان، ودافع التوقع وهو ما يعزز لمشاعر الأمل، ودافع الموائمة والفئوية وهما ما يعززان لمشـاعر الثقة بالنفس، ودافع الأنا وهو ما يعزز لمشـاعر التملك والثقة بالنفس، والدافع الروحي وهو ما يعزز لمشاعر الانتماء والاطمئنان.



قائمة المحفزات والدوافع

وحتى مع بيئة الاعمال نجد للمشاعر ما يعزز للنمو والإحسان بما يعود على الاستثمار والعمال.

محفزات بيئة الاعمال

Hertzberg's Hygiene and Motivating Factors

Hygiene: Job Dissatisfaction	Motivators: Job satisfaction
رضى الموظفين	Achievement
التقدير	Recognition
المسؤولية	Work itself
الانجاز	Responsibility
التقدم والنمو	Advancement
	Growth
Company Policy and Administration	
Supervision	
Interpersonal Relations	
Working conditions	
Salary	
Status	
Security	

الإنجاز: الحاجة إلى تحقيق وإثبات الكفاءة

الانتماء: الحاجة إلى الحب والانتماء والقبول الاجتماعي

القوة: حاجة للسيطرة على العمل الخاص أو عمل الآخرين

ختاما

يمكننا أن نعتبر المشاعر طبقة رئيسة من طبقات البرمجة في سبيل غرس القيم، وقد استعرضنا في مبحثنا هذا ما تمخضت عنه الأبحاث العلمية وعززناها بالتطبيقات التي شملت المواد الدراسية، والتطبيقات الحياتية التي اجتهدت فيها الشركات من حولنا.

هذا، واللهَ نشكرُ على ما هدانا وَمَنَّ علينا..

وآخرُ دعوانا أنِ الحمدُ للهِ ربِ العالمينَ

المراجع

القرآن الكريم

(1) ويكيبيديا (الشعور)

(2) (فن إدارة المشاعر والتحكم بالعواطف – مي عباس)

(3) الراوي : أبو هريرة |المحدث : الطبراني |المصدر : المعجم الأوسط

(4) Attention and Emotion

Jenny Yiend, Kirsten Barnicot, and Ernst H. W. Koster

(5) Generalization of Acquired Emotional Responses

Dirk Hermans, Frank Baeyens, and Bram Vervliet

(6) The Role of Appraisal in Emotion

Agnes Moors and Klaus R. Scherer

(7) Episodic Memory and Emotion

Brendan D. Murray, Alisha C. Holland, and Elizabeth A. Kensinger

(8) Goals and Emotion

Charles S. Carver and Michael F. Scheier

(9) The influence of behavioral approach and behavioral inhibition sensitivities on emotive cognitive process

Eddie Hamon-Jones, Tom F. Price, Carly K Peterson, Philip A Gable, and Cindy Hamon - Jones

(10) Emotional Intelligence

Reconceptulising the cognition – Emotion link

Marc A Brackett,Michelle Bertoli,Nicole Elberson, Elise Bausseron, Rith Castillo,and Peter Salovey

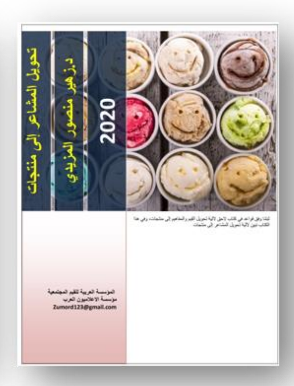
(11) تحويل المشاعر لمنتجات، زهير المزيدي، 2020
(12) اسلام ويب
(13) ويكيبيديا (جبلة ابن الايهم)
(14) د. راغب السرجاني بتصرف
(15) pringle and field
(16) About Face: The Secrets of Emotionally Effective Advertising Hardcover – October 1, 2010

بسم الله الرحمن الرحيم



كُتب يمكنك تحميلها مجانا

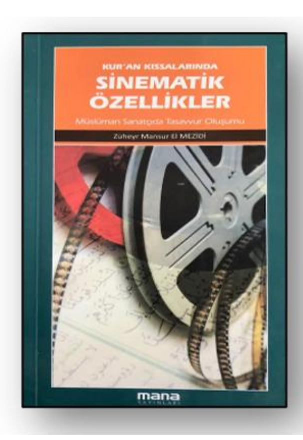








https://wp.me/ https://wp.me https://bit.ly/3f https://wp.me/p3





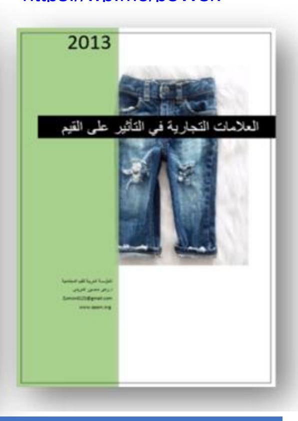




حركة الكامرة في القصص القرآني https://www.musli وإن من شيء إلا يسبح بحمده https://wp.me/p3Wsk







برمجة القيم عبر مناهج التعليم تفعيل القيم لرياض الأطفال https://wp.me/p3WskZ العلامات التجارية في التأثير على القيم



[التفكير الاستراتيجي في](#)



[نجومية الرياضة والقيم](#)



https://wp.me/p



[نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة](#)



https://wp.me/p



https://wp.me/p3



https://wp.me/p3



https://wp.me/p3



https://bit.ly/2E95kfp



http://bit.ly/sinaeat



http://bit.ly/sinaeatal



https://wp.me/p3W









https://www.musli

https://wp.me/

https://wp.me/p3

آلية وتشكيل وصناعة





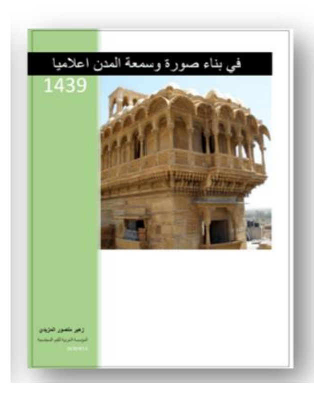


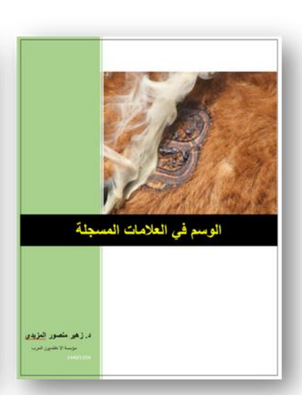


https://bit.ly/2Vl0ghP

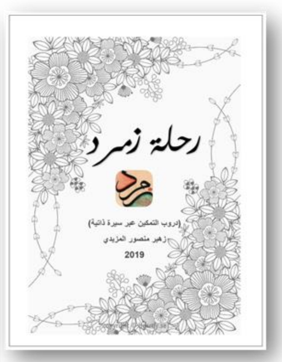
https://bit.ly/2L1sRF5

https://bit.ly/2GsAvTg









في بناء صورة وسمعة

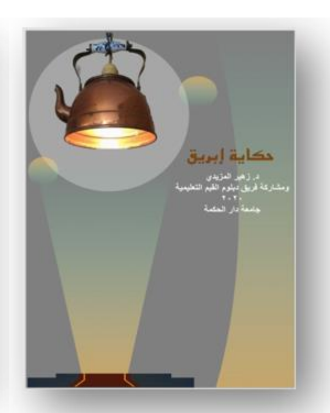
https://wp.me/p3Wsk

تسويق الحلال





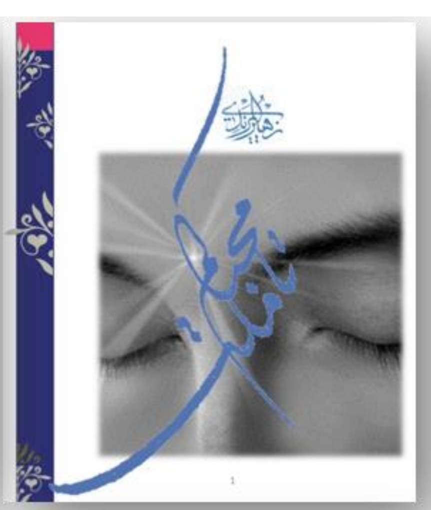


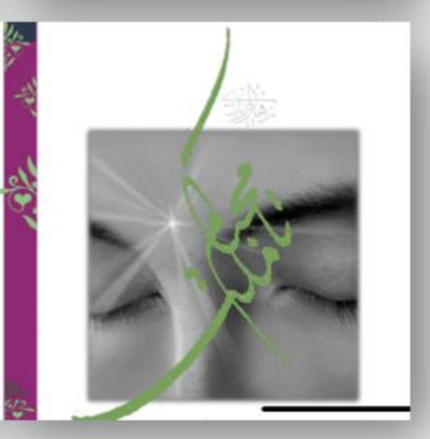


https://wp.me https://wp.me/p https://bit.ly/3









https://wp.me/p3WskZ- https://www.musl

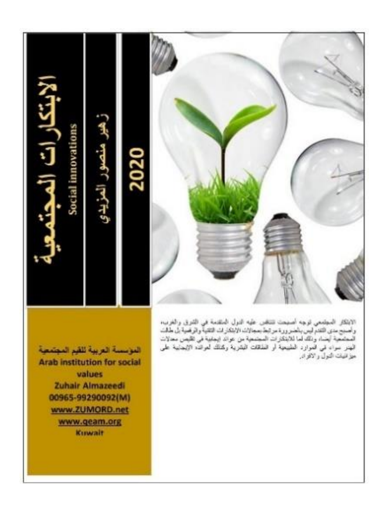






https://wp.me/p3 https://wp.me/p3W 100 قاعدة في برمجة







https://wp.me/p3WskZ- https://wp.me/p3WskZ- https://wp.me/p3WskZ-

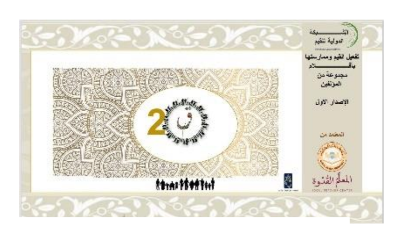


تطبيق

APP



عندما تتحدث الصور



https://wp.me/p3WskZ-bQ2 https://goo.gl/P9uMBy **https://bit.ly/3piqQuo**



https://bit.ly/2MkLV2z

الدورات التدريبية

تسلسل	اسم الدورة	الرابط
1	تسويق الحلال	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-4/
2	ادارة نوادي القيم للأطفال واليافعين	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-mansour/
3	تفعيل القيم وممارستها	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-3/
4	تحويل القيم لمنتجات ومشاريع	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-2/
5	تخطيط وتصميم الحملات الاعلانية	https://www.tadarab.com/courses/zuhair-mansour-almazeedi
6	إدارة وصناعة رواج العلامات التجارية	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair/

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المز يدي

المواقع الالكترونية:

www.qeam.org

www.zumord.net

للتراسل: zumord123@gmail.com

تطبيقات APPS:

(زهير المزيدي) APP

سنوات الخبرة:

أكثر من 35 عام في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الاعلانية التجارية والقيمية التوعوية والتسويق لها على نطاق دولي.

الخبرات العملية:

1. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية 2019-2008
2. المشرف على (دبلوم القيم) لدى جامعة دار الحكمة، المملكة العربية السعودية 2019
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C (1985).
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
5. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في الإنتاج القيمي للأفلام التلفزيونية.1991
6. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب " للاستشارات 2000

9.خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

10. محكم دولي لجوائز الإعلان القيمي لجوائز دولية في بريطانيا وأميركا والكويت

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

1- مشــروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشـكيل مجلس بعضــوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت،1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
2- مشــروع " وقف الأرشـيف الإعلاني" للجامعة الافريقية العالمية في السـودان، لنقل خبراتنا في تدشـين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق.2017
3- مشـــروع "ســما" ســوق منتجات الايتام، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز لموارد ماليه عوضا أن تكون مراكز للإنفاق فقط.2016
4- مشـــروع "ســمر" ســوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشـــغلا لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظا فقط، عبر برنامج أدرناه دوليا بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد ماليه يستفيد منها سكان القرى.2017
5- مشــروع (تأملت)، عبر 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنســانيةعبر وســائل التواصــل الاجتماعي بشــكل أسبوعي، والتي تمخضت عن أربعة كتب الكترونية.
6- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسـسـة الكويت للتقدم العلمي، كنموذج في مجال مشـاريع تمكين القوى العاملة للانخراط في التعليم الجامعي عن بعد.
7- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشـــبيك لتعزيز القيم واعتماد برامج المؤســـســـة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات القيمية:

1. مستشار لمشروع "غراس"، لمكافحة المخدرات 1999 الكويت
2. مستشار مشروع "نفائس" لتعزيز العبادات 2003
3. مستشار مشروع "ركاز" الدعوي 2004
4. مستشار مبرة طريق الإيمان 2009
5. مستشار الشبكة الدولية لرعاية الايتام 2016
6. مستشار اكاديمية التدريب والقيادة، إستانبول للإدارة حملة توعوية لصالح الايتام في تركيا 2018
7. مستشار الشبكة الدولية للقيم 2020

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الامريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال (الإعلان القيمي) أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.

2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية امريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، ورئيس لجنة الاعلام المجتمعي 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
2. تفعيل القيم وممارستها 2010 معتمد في (العديد من الجامعات والمؤسسات التعليمية دوليا).
3. استكشاف القيم صيانتها ومعالجتها 2010
4. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
5. مقدمة في تفعيل الحواس 2012
6. تحويل القيم إلى منتجات 2013
7. مؤشر الإدراك والقيم 2013
8. التسويق المجتمعي 2013
9. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
10. في استنساخ فكر العظماء 2014
11. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
12. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
13. مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها 2018
14. التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع2018
15. وإن كل شيء الا يسبح بحمده، 2018
16. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
17. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
18. بنك النصوص - 1994.
19. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
20. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
21. التسويق بالعاطفة 2006
22. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
23. تسويق أنماط الحياة 2006
24. التسويق بالحواس الخمس 2006
25. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
26. العلامات التجارية في التأثير على القيم 2013
27. تسويق الحلال 2017
28. طبقات البرمجة للقيم في القرآن 2017
29. تحويل الكتاب المقروء لمنتجات 2018
30. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
31. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
32. المشغولات اليدوية وغرس القيم 2018
33. نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة 2018
34. نجومية الرياضة والقيم 2018
35. في بناء صورة وسمعة المدن إعلاميا 2019
36. وان من شيء الا يسبح بحمده 2019
37. الوسم في العلامات المسجلة 2019

38. صناعة التكامل 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
39. التجسير صناعة. للتعايش 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
40. صناعة المسؤولية 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
41. الابداع في الرسالة الاعلانية 2019
42. اعلان واحد استوفى الاستراتيجية الاعلانية 2019
43. اعلان واحد استوفى معايير الإعلان 2019
44. رحلة زمرد 2019
45. حراك الشذوذ 2020
46. هدايا المصائب ونذرها 2020
47. تأملات فيمن احصاها 2020
48. الابتكارات المجتمعية 2020

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت – مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي " 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
16. مستشار 2012 لمؤتمر (World forum) الجمهورية التركية
17. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
18. مستشار برنامج تحويل القيم لمنتجات لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011
19. مستشار العلاقات الدولية لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2015
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019